

行政院客家委員會 92 年度補助研究計畫

近二十年台灣客家流行音樂出版市場
之發展與現況
調查研究報告書

研究單位：劉楨文化工作室

研究計畫主持人：劉兆蘭

九十二年十二月二十日

行政院客家委員會 92 年度補助研究計畫

近二十年台灣客家流行音樂出版市場
之發展與現況調查研究報告書

目 次

壹、調查研究摘要.....	01
貳、調查研究計畫.....	02
一、計畫緣起- - - - -	02
二、計畫目標- - - - -	02
三、計畫內容- - - - -	03
(一) 背景分析 (研究題目及其意義、價值說明) - - - - -	03
(二) 研究方法及進行步驟 - - - - -	05
(三) 研究架構 (題綱) - - - - -	06
(四) 研究範圍與限制- - - - -	07
四、預期成果- - - - -	07
參、調查研究結果.....	07
一、唱片公司負責人或創作者建議及看法統整 - - - - -	07
二、問卷部分統計分析 - - - - -	09
三、台灣客家流行音樂出版公司簡介及客家有聲出版品資料- - - - -	24
肆、結論與建議.....	28
一、問卷呈現之意義- - - - -	28
二、綜合結論--台灣客家流行音樂出版市場的現況、對策及未來展望--	31
※※附錄	
附錄一：唱片公司負責人或創作者深入訪談之整理 - - - - -	32
附錄二：問卷調查題目- - - - -	52
附錄三：問卷調查之答案 - - - - -	54
附錄四：受訪唱片公司提供之產品目錄 - - - - -	61

「近二十年台灣客家流行音樂出版市場之發展與現況」調查研究報告書

壹、調查研究摘要

一、問卷呈現之意義：

- (一) 市場狀況分析：在客家唱片從業人員及音樂工作者心目中，聽客家流行歌曲的人口尚可，所以還能在此市場繼續奮鬥。但聽眾年齡層偏高，幾乎沒有二十歲以下年輕聽眾，這是將來發展最大的危機。而客家音樂因為多出版傳統歌謠或戲曲，聽眾集中在北部客家人較多區域，若未能向其他族群拓展，也是一大危機。
- (二) 經營狀況分析：客家唱片大多非目前出版客家唱片公司的主力，而且販售張數和主流市場相差甚多。可能因為客家唱片成本低，雖然賣得不算太好，也能讓公司增加營收，所以近六成的人還蠻看好客家流行歌曲市場。由銷售管道來看，自行販售是最常見的銷售管道，而獨立唱片則以網路販售或建立託售點為主要銷售管道。
- (三) 表演狀況分析：在客家音樂工作者心目中，客家歌手的演唱機會少，收入更少；而從事製作或創作者收入更是少的可憐。在如此艱困的環境中，卻有一半的人因使命感、對音樂的喜好及身為客家人而持續在此行業奮鬥七年以上，可見客家的「硬直精神」及音樂人對音樂工作的堅持，不是完全以金錢衡量的。
- (四) 政策評估：在客家唱片從業人員及音樂工作者心目中，認為政府雖然開始重視客家，卻不很重視客家流行音樂，因此行政院客委會或客家電視的成立對客家流行音樂市場僅能說是小有幫助。他們希望政府協助最主要的有三項，第一為「多些演出機會」。第二是「經費補助或獎助」，。第三是「辦創作或演唱比賽」，這樣才能吸引新人投入此行業，讓流行音樂能繼續發展下去。其他像多推廣宣傳、結合他族群的專業人士投入，也是拓展市場的一些可行做法。

二、綜合結論--台灣客家流行音樂出版市場的未來展望

- (一) 目前客家唱片工業及從業人員多集中在北台灣，如何吸引其他地域的優秀客家鄉親，甚至結合他族群的優秀人才，都是提升客家流行音樂素質的當務之急。
- (二) 唱片公司遭遇的困難集中在經費及出版兩大方面。

- (三) 提供經費補助是現階段最快速提升客家音樂能見度及吸引人才投入的方法，但應建立一套完善的機制，方能使原有的工作者受到鼓舞，又可吸引新的人才投入。
- (四) 傳統的五大唱片公司將出版重心慢慢移向流行歌曲，但新人投入的速度太慢，傳統唱片公司如何因應獨立唱片業者的挑戰，去發掘新的音樂人才、開拓客家庄以外的市場，也是一大考驗。
- (五) 獨立唱片業者在近五年蔚然成風，宣告一個客家新音樂製作出版世代的來臨。

貳、調查研究計畫

一、計畫緣起

客家流行音樂在目前的唱片市場是小眾中的小眾。一般人談到客家音樂，總是想到山歌小調或八音北管等較傳統的音樂。劉楨文化工作室自八十七年成立後，一直關注客家流行音樂的發展。工作室第一個自行主辦的活動就是在八十八年初舉辦的客家音樂創作營。當時計畫主持人感到客家音樂除了缺乏主流市場支持外，投入的年輕創作者也太少，正好結識了一群客家音樂界的創作者，如顏志文、謝宇威、蔡孟甫、游兆棋等人，在他們的協助下辦了這個空前希望不是絕後的客家音樂創作營。創作營是以教學員如何譜寫客家歌曲，同時注入客家元素，而非現在一般的山歌班式的音樂教唱、欣賞營隊。經過該次活動，發現目前市面上多數的客家流行音樂，很難吸引年輕人，連帶使得創作者難有新血，一直很想探究其中原因。近幾年來，投入客家音樂出版至少有十五年以上歷史的客家五大唱片公司（嵐雅、漢興、龍閣、吉聲、上發）在客家學日益受重視的情況下，有了穩固的成長，但一些年輕優秀的創作者在無法打入主流唱片時，卻還是選擇獨立製作，再自行於網路販售或自行尋找鋪貨點；這樣涇渭分明的市場型態，也引起我們的好奇。今年向行政院客家委員會遞出這個調查研究，就是想對目前的台灣客家流行音樂出版市場做一個初步的探究與分析，感謝行政院客委會給非學院派的地方文史工作者這個機會。

二、計畫目標

本計畫係針對近二十年台灣地區唱片界出版客家流行音樂專輯之發展

情形及現況做研究，並初步評估其出版效益。透過對現有專門出版客家音樂之唱片公司及曾出版過客家流行音樂之一般唱片公司之調查，及就以往相關文獻資料蒐集分析，以瞭解近二十年客家流行音樂的興起與現況，並針對業商或創作、演唱等從業人員面臨問題試提出解決方案。

當代客家流行音樂藝術創作近二十年來拜政治環境開放之賜，有逐漸蓬勃之氣象，但有聲出版品因市場尚未擴展，致數量有限；自民國七十年皇冠唱片發行吳盛智無緣專輯後，僅約百多張，其中至少有四分之一是精選輯或重唱曲。本計畫將利用文獻資料分析及實際調查資料，針對自【無緣】專輯出版後（民國七十年），客家流行音樂唱片市場的興起做分析研究；同時，藉由個案調查初步了解客家唱片公司之出版現況，進而就其面臨困難試擬對策。期望經由本計畫研究所得，供主政者及關心台灣客家文化保存人士協助客家流行音樂未來發展之需，以提振客家流行音樂市場；進而為台灣音樂的多元內涵做出貢獻，豐富台灣的多元文化。

三、計畫內容

（一）背景分析（研究題目及其意義、價值說明）

台灣的客家族群人口數，眾說紛紜，根據行政院客家委員會的初估，約有四百萬的客家人口。

音樂可以陶冶性靈，聽到自己熟悉的語言所演唱的歌曲，更有抒發情緒、撫慰心靈的效果。隨著時代進展的歌謠也富有文化傳承的深刻意義。根據簡上仁先生對臺灣歌謠的分類，「一般而言，臺灣歌謠可包括傳統自然民謠、創作民謠與流行歌曲三類。」

「民謠是作者無從考，出生年代和產生緣由亦甚難考究，經由代代口授相傳下來，具有民族或鄉土性的歌謠。而創作民謠，另稱鄉土歌謠，是作曲家擷取傳統自然民謠的風格和精神，所譜創之富有鄉土風味的歌謠。又一般所謂之『台灣民俗歌謠』基本上應可包含古老自然民謠及富有濃郁台灣鄉土氣息的創作歌謠。」

「流行歌隨著時代潮流，迎合群眾喜好的詞曲。... 流行歌基本上祇為迎合時代需要而存在，不一定具有本土風味。是故，民謠和流行歌，有如井水與河水互不侵犯，而有時代潮流效果的創作民謠，有時有會成為盛行一時的流行歌曲。」（以上摘錄自簡上仁「台灣歌謠」一書）。

客家山歌有所謂「九腔十八調」的說法，以老山歌、山歌仔、平板三大調及眾多客家小調形成了傳統的客家民謠。這些民謠是客家先民自大陸原鄉傳唱來台，經過數百年變遷，也慢慢加入台灣本地發展出來的客家山歌，例如美濃調。

民國四、五十年代，政府禁用地方語言、推行國語的政策，使閩南語、客家語、原住民語流失嚴重。當時台灣本地各族群的流行音樂受日本統治五十年影響，演歌形式的翻譯曲、改編曲不少，客家音樂也不例外，例如民國五十四年惠美唱片出版的客家笑科劇《李文古》（文光、明朗等人主演）當中的歌曲除傳統客家民謠外，亦充滿了濃濃東洋風。

民國五、六十年代，年輕人愛聽的是西洋歌曲；當時若不能哼上兩句洋歌洋調，好像就跟不上時代。之後受到國際局勢變化，中美斷交，我國退出聯合國，充滿了愛國情緒、有理想的青年學子，喊出了「唱自己的歌」的聲音，帶出了長達二十多年的民歌時代，雖以國語歌曲創作為主，但也慢慢影響了鄉土語言歌曲的創作，例如民國八十年林強的閩南語歌曲〈向前走〉。吳盛智的客家歌曲〈無緣〉也在此一時期出現了（民國七十年）。之後吳盛智的同鄉好友涂敏恆欲與其合作出版客家流行音樂專輯；吳盛智雖不幸於七十二年遇車禍死亡，涂敏恆仍於七十六年出版了【大憨牯汽車】（四海唱片，涂敏恆、魏海珊主唱），之後涂敏恆即開始投身客家兒歌、流行歌曲之創作，是目前為止所知出版量最大的客語詞曲創作者。

民國七十六年解嚴後，政治開放，唱片界也開始了百家爭鳴的時代。繼【大憨牯汽車】之後，客家子弟陸續成立專出客家歌曲的唱片公司，例如邱從容的永漢傳播（後改為漢興傳播）、劉家丁的吉聲影視、李寶珍的龍閣傳播。

永漢傳播在民國七十八年左右推出第一張客語流行歌曲專輯，由魏海珊、鄧百成演唱；八十年，好歌傳播發行推出陳志明的【客家人】（此專輯後由龍閣重新發行）、新格推出了【神明難做】（黃苡茜主唱）、吉聲推出了【酒色財氣】（林展逸主唱）及【天下一家親】（林展逸主唱）。另外，很多單位舉辦的民歌創作比賽，也產生了一些優秀的客家創作歌手，開始寫新的客家歌曲，例如謝宇威在八十年參加 ICRT 青春之星歌唱比賽，演唱自行創作的國、閩、客、英四語混合歌曲〈Made In Taiwan〉，獲得台灣及東南亞總冠軍；八十一年參加第九屆大學城歌唱比賽，演唱自己創作

的〈問卜歌〉獲得第一名。

在台灣的數百萬的客家鄉親除了聽台灣市場主流的國語、閩南語甚至外國語歌曲外，可能也希望聽到用自己母語——客家語演唱的歌曲。而且在現今母語流失嚴重的情形下，以歌曲傳唱來推廣客家話、延續客家文化是很重要的方式。但現實情形又是如何？我們隨便走入一家唱片行去看，不論是傳統客家山歌或現代流行客家歌曲幾乎是寥寥可數，而多數是沒有販售。那麼想聽到客家音樂，尤其是當代創作歌曲該去那兒購買？有哪些業者在製作客家音樂？客家唱片不利用一般的唱片行通路，他們是如何銷售？而客家現代流行音樂又與台灣目前的政經、文化現象及台灣客家人的分布有何關係？這是本研究計畫所要探索的重點。

就唱片市場觀點而言，影響銷售的因子很多，理論上，主要包括：歌手魅力、詞曲是否好聽、耐聽、行銷方式、廣電媒體資源的多寡...。實際上銷售之多寡與台灣政經情勢，客家人分布及文化影響層面息息相關。諸如市場分布、顧客何在...等諸多情形，必須藉由訪查各唱片公司後，將所得資料加以分析始可了解，但目前對客家唱片市場作深入探討之資料闕如，僅部分學者於學術研討會中針對一些現象提出其觀察與分析；因此客家流行音樂相關市場資料蒐集為本計畫的工作重點。

「用自己熟悉的語言，唱自己的歌」，推廣客家現代流行歌曲，不僅代表了客家文化的傳承，也是客家意識、客家自信的展現。本計劃之主要目的係藉由調查客家流行音樂種類、數量、詞曲演唱者及出版公司分佈...等有關資料，深入瞭解目前客家流行音樂的出版現況，及這些音樂對台灣客家人及其他族群之影響，並分析研究效益。希望能讓關心客家未來發展人士更瞭解客家流行音樂市場現況，並藉由市場拓展，逐步朝提振客家人自信、形塑現代客家文化邁進。

(二)研究方法及進行步驟：

本計畫執行方式除實際與唱片公司負責人進行訪談調查外，另選出具代表性之製作人或詞曲創作者、歌手進行個案訪談或問卷調查，以了解不同立場之唱片從業人員對客家流行音樂市場發展感受之差異性。未來有機會將針對非從業人員進行調查研究工作。

1. 文獻收集與資料分析建檔：

(1) 各種文獻、研討會資料。例如楊國鑫八十二年出版「台灣客家」

一書。

(2) 洽漢興、吉聲...等各客家唱片出版公司索取公司簡介、產品簡介等書面資料。

(3) 上網找尋相關出版業者資料。

2. 利用上述資料，初步了解現有出版客家歌曲的公司類型、分布、產品主力及成立原因...等，據以擬定訪談題目。
3. 選定訪談對象，一一進行訪談。各公司負責人及從業人員抽樣採實地詳細訪談；另以書面針對詞曲創作者及演唱者等從業人員進行問卷調查（因為出版專輯數並不多，同時創作者集中於少數人，預計深入面訪五至十人，問卷抽樣五十至一百人）。
4. 利用訪談及問卷所得的各種資料，整理分析客家唱片市場之出版現況及所遇到之困難，試提出解決方案。
5. 報告撰寫。
6. 提供主政者及關心台灣客家文化保存人士擬訂客家語文藝術政策使用，並讓一般大眾瞭解客家流行音樂現況。

(三)研究架構（題綱）：

1. 近二十年台灣客家流行音樂發展情形。
2. 近二十年台灣客家流行音樂定位與分類。
3. 近二十年台灣客家流行音樂從業人員（出版業商、作詞者、作曲者、演唱者）分布於何地？分析何以如此分佈。
4. 台灣客家流行音樂從業人員對近二十年客家流行歌曲市場之看法（利多為何？遭遇的困難？目前的市場滿意度或銷售情形？海外銷售情形？...）。
5. 近二十年台灣客家流行音樂對現代客家人在文化傳承上的影響。
6. 近二十年台灣客家流行音樂的出版現況（可列舉出版公司及出版品明細）。
7. 台灣客家流行音樂應該採用何種方式（器樂表達、詞曲創作、歌手魅力、宣傳管道...）較易為年輕族群甚至一般大眾接受？
8. 台灣客家流行音樂未來的發展如何？業商或創作者可朝何方向努力？
9. 從近二十年台灣客家流行音樂面臨之出版問題，試擬對策。

(四)研究範圍與限制：

1. 為了不讓研究主題太離散，本次調查以幾家較大客家傳播出版公司及音樂人自行成立的獨立製作公司為主。同時，一般公司並未有詳細留存出版時間...等相關資料，因此在細部資料上可能會有出入。
2. 詞曲創作者及演唱者等從業人員人數不多，且常橫跨數家公司，致抽樣或面訪數不可能太多，誤差值會略大些，但調查成員涵括目前大多數的客家唱片出版公司，結果應可展現大部分客家唱片市場現狀。
3. 因係初次針對類似主題進行研究，並無相關學術報告可資參照，研究人力有限，在調查內容及分析上會些微受限。

四、預期成果：

- (一) 建立國內客家流行音樂出版公司現況及出版品統計資料。
- (二) 藉由個案調查初步了解國內客家流行音樂唱片市場分佈及其對客家族群之影響。
- (三) 藉由唱片公司遭遇困難等問題點之呈現，期予台灣客家流行音樂工作者重新思考方向，找出定位，讓客家音樂在客家文化傳承上更具代表性。除穩固原有市場，並積極開拓新市場。
- (四) 給予主政者及關心台灣客家文化保存人士在擬訂客家語文藝術政策上可以提供業商何種協助之參考方向。並藉由市場拓展，逐步朝提振客家人自信、形塑現代客家音樂邁進。

參、調查研究結果

一、 唱片公司負責人或創作者建議及看法統整

- (一)基本資料分析：唱片公司負責人年齡多在四十至五十歲間，獨立唱片負責人則稍年輕，都屬青壯年，是社會的中堅份子；越年輕者大多數教育程度也較高。
- (二)投入此行業的原因：基本上會從事客家音樂出版的工作都是因為身為客家人，有一點使命感；獨立音樂創作者則強調對音樂本身的喜愛。
- (三) 公司行銷通路：雖然都無法靠主流市場行銷，但傳統客家唱片公司如龍閣、上發等基本上仍在客家庄販售或針對山歌班販售，出版的歌曲就比較通俗化，量也較大；而獨立唱片業者則以製作自己想做的音

樂，朝年輕化、流行化發展，自己建立網路、特約商店來販售，產品量較少。

(四) 公司營運主力：因為客家音樂，尤其是流行歌曲市場尚難以拓展，所以多以傳播（拍錄影帶、製作節目）或其他幕後音樂工作（替主流音樂創作、編曲…）來維持生計。

(五) 對近二十年客家音樂定位及市場走向相關問題之答覆整理：

1. 試談談台灣客家流行音樂發展情形。

大家都認為客家流行音樂在改變中，由抄襲曲風走向世界流行音樂的多元化風格，只是這種改變受到客家唱片市場的制約（聽眾群年齡偏高且集中在北部客家庄），所以是緩慢漸近式的，要馬上讓年輕人接受比較難，還得靠更多創作者再接再厲，也得靠強勢媒體協助客家音樂有更多曝光機會。

2. 試談談台灣客家音樂定位與分類。

基本上客家歌曲仍應以客家語言為主，音樂型態則驅向多元化，因此每個人的接受程度不同。邱從容等較資深出版者比較重視文化傳承，而陳永洵、劉劭希等音樂創作者只想做自己的音樂，不大在乎定位問題。音樂創作人認為客家音樂是眾多音樂花朵中的一種，和其他音樂不是互相排斥，而應互相激盪出更美好的音樂。

3. 試談談台灣客家音樂從業人員（出版業商、作詞者、作曲者、演唱者）分布於何地？分析何以如此分佈。

大多認為集中在北部，除了唱片公司在北部外，也因為北部客家人較集中。

4. 試談談對客家流行歌曲市場之看法（利多為何？遭遇的困難？目前的市場滿意度或銷售情形？海外銷售情形？...）。

目前客家流行歌曲市場幾乎沒有利多可言，勉強要提，就是謝宇威說的「客家音樂是長賣型的，成本也較省」。最大困難就是缺錢、缺偶像歌手、缺發表空間；還有客家人的儉樸性格，使銷售量不易擴增。古秀如認為「真誠深刻的作品就會受到大眾肯定」，基本上沒錯，但若有強勢媒體搭配宣傳，效果會更好。

5. 您認為台灣客家音樂對現代客家人在文化傳承上的影響？

邱從容認為「音樂可增進對自我文化的認同，也是他族群容易接

受的客家文化面向」，這個觀點也得到獨立唱片音樂人的認同。而李寶珍、謝宇威認為最好能將客家音樂納入學校音樂教育中，而且由小學到大學都要有，才能發揮最大作用。

6. 您認為台灣客家音樂應該採用何種方式（器樂表達、詞曲創作、歌手魅力、宣傳管道...）較易為年輕族群甚至一般大眾嘗試去聽進而喜歡聽？

眾多寶貴意見約可歸納為三點：(1)曲風現代化；(2)製造偶像歌手；(3)多讓年輕人參與、接觸，自然而然接受它。

7. 您認為台灣客家音樂未來的發展如何？業商或創作者可朝何方向努力？

多數負責人都認為客家音樂很有潛力、前景可期，只是需要各項主客觀環境的配合，例如媒體的宣傳、流行的詞曲等。但上發老板娘黃太太提醒大家，客家人比較節儉，在製作推廣時還是保守些，不要一下子變化太大，免得血本無歸。

8. 您認為台灣客家音樂面臨之出版問題為何？

提出的問題很多，上發老板娘說的很實在，就是缺經費、缺市場、缺表演舞台。其他還有缺強勢媒體、人才不足等問題。

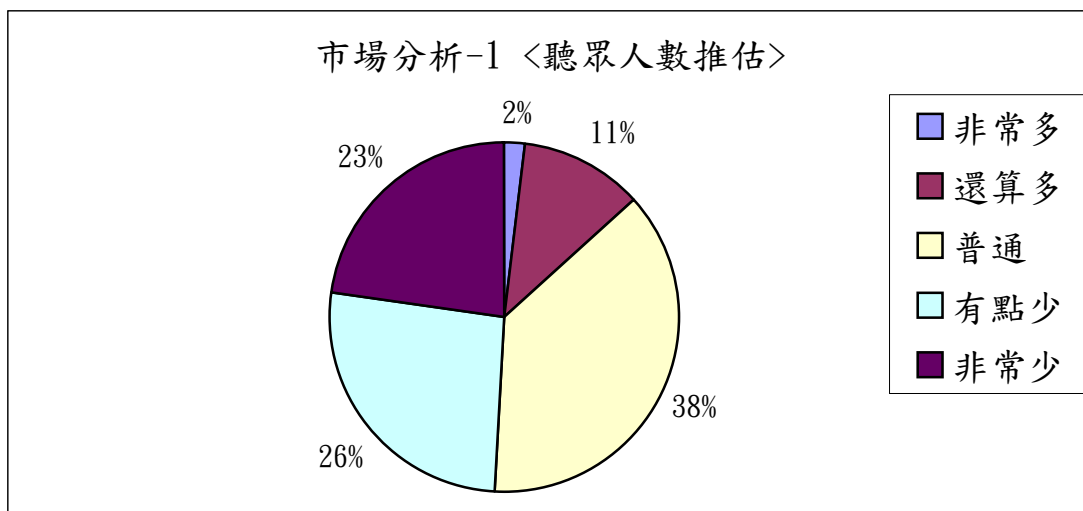
9. 您認為政府可在哪些方面協助客家流行音樂發展？

各項協助，基本上還是經費的問題。(1)補助經費；(2)辦更多且深入的活動，讓客家音樂有更多曝光機會；(3)推廣出版品；(4)在義務教育中加入客家音樂。但陳永淘認為一味要政府補助，若未能訂妥完善的遊戲規則，反而加速客家文化的沉淪。

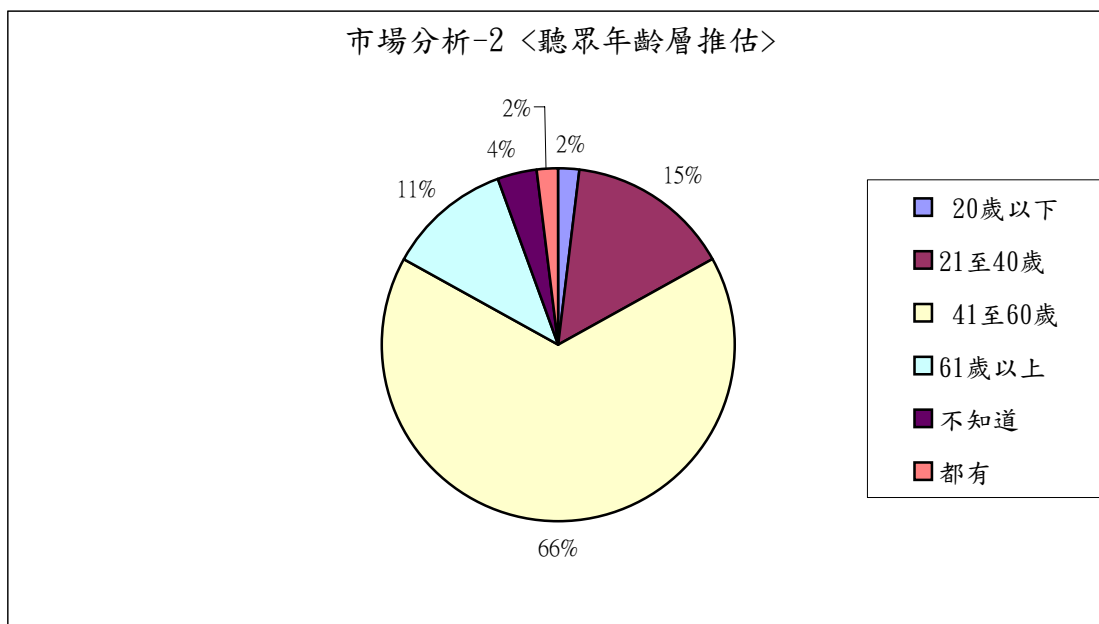
二、問卷部分統計分析：針對客家唱片從業人員及音樂工作者詢問，問題分為「市場狀況」、「經營狀況」、「表演狀況」及「政策評估」四大項目，共二十四個題目。因客家流行音樂從業人員較少，唱片公司人力不足，雖事先聯絡數次有關問卷事宜，郵寄超過百份問卷多如石沉大海，因此僅回收五十五份問卷，其中有一半是採用電話訪問，餘為現場訪談或郵寄。剔除兩份既非唱片公司人員，亦非音樂工作者，最後以五十三份做分析。以下分四大項目來說明。

- (一) 市場狀況分析：共計九個題目

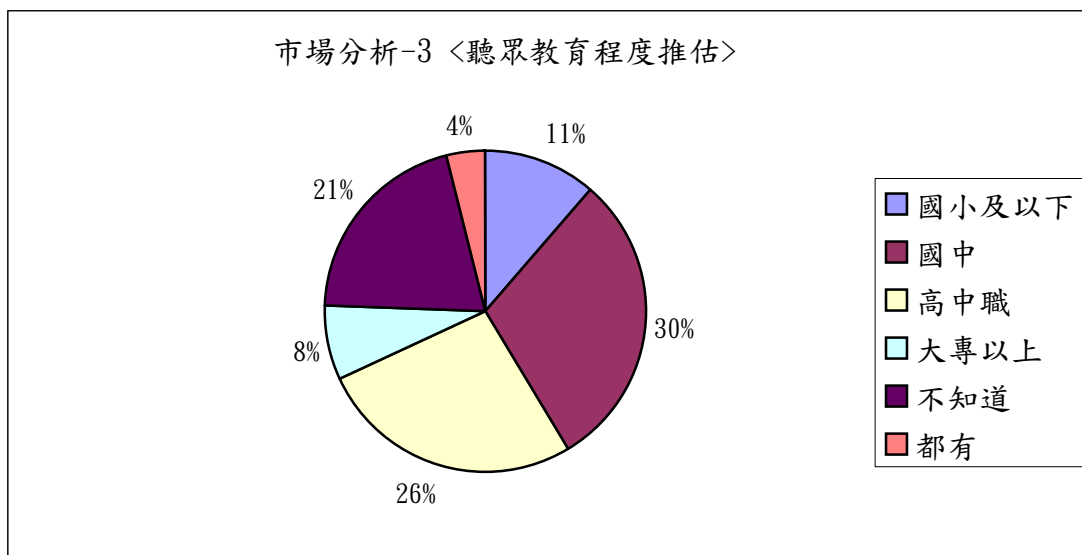
1. 聽眾人數推估：在客家唱片從業人員及音樂工作者心目中，有三成八（20 人）的人認為聽客家流行歌曲的人口尚可，但有近一半（26 人）的人認為有點少或非常少。



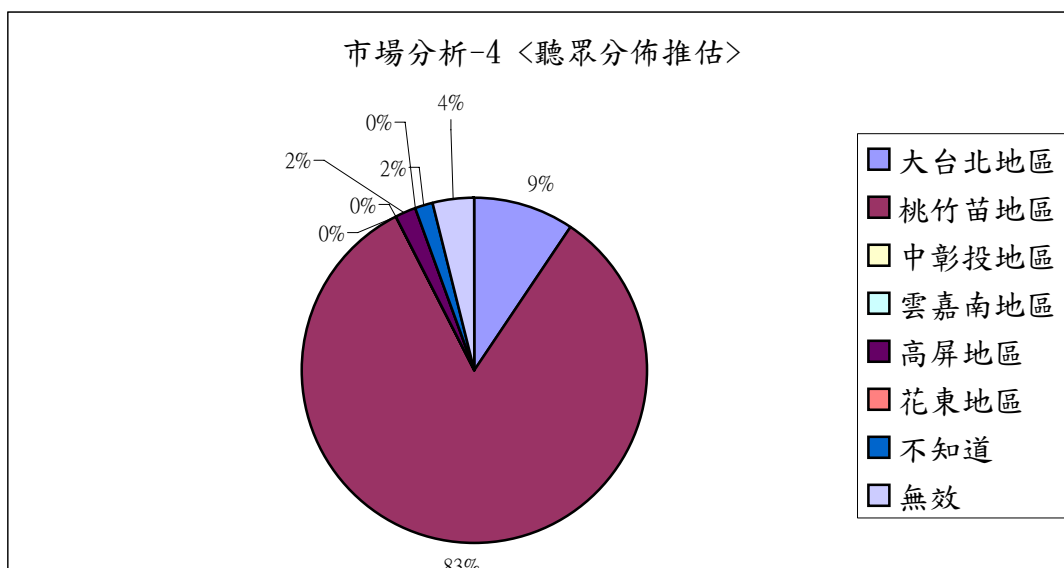
2. 聽眾年齡層推估：在客家唱片從業人員及音樂工作者心目中，有六成六（35 人）的人認為聽客家流行歌曲的年齡層集中在 41 至 60 歲，20 歲以下的年輕人幾乎都不聽。



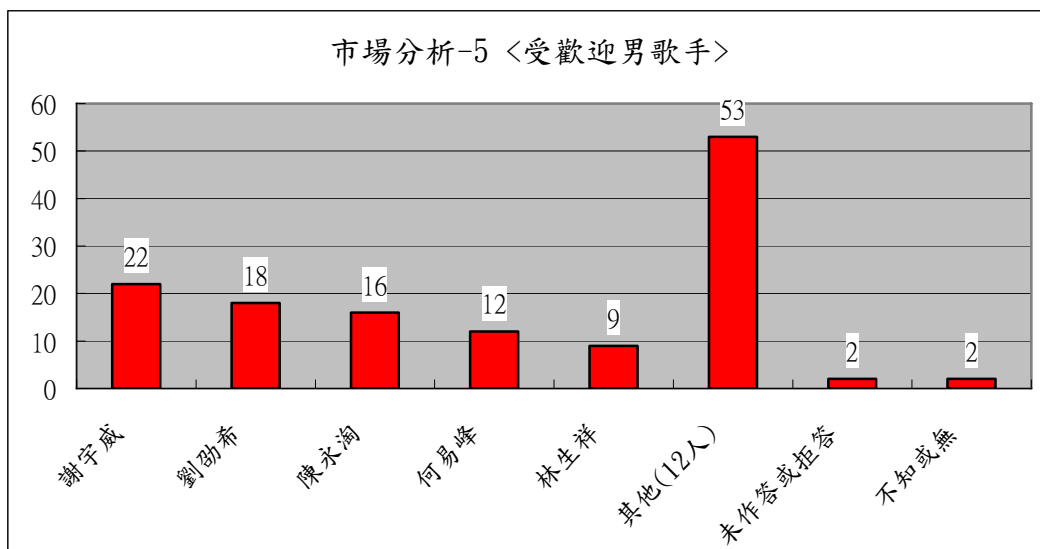
3. 聽眾教育程度推估：在客家唱片從業人員及音樂工作者心目中，有超過五成八（30 人）的人認為聽客家流行歌曲的教育程度在國中到高中職之間。這一題和前一題詢問聽眾年齡層是有答題的關連性。



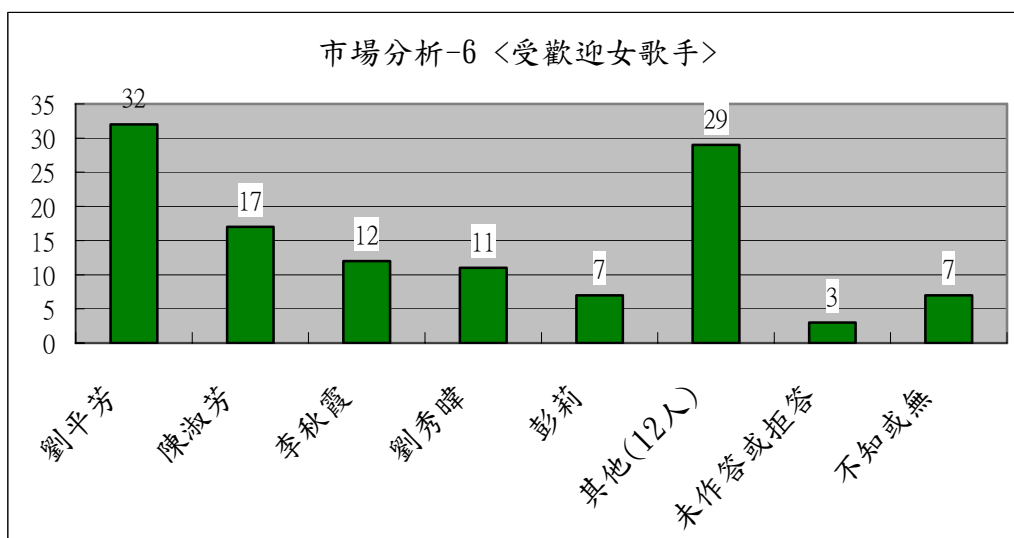
4. 聽眾分佈推估：在客家唱片從業人員及音樂工作者心目中，有八成三以上（44 人）的人認為聽客家流行歌曲的人口集中在桃竹苗地區，而中南部幾乎是完全沒有聽眾。



5. 受歡迎客語男歌手：本題為複選。在客家唱片從業人員及音樂工作者心目中，最受歡迎的客語男歌手前三名為謝宇威、劉劭希、陳永洵。有超過三成左右的人（22 人、18 人、16 人；佔受訪者 42%、34%、30%）點選他們三位。何易峰、林生祥、陳威、林展逸、羅國禮、顏志文等曝光率較高的歌手，也都各有一成以上的人認為他們受歡迎。

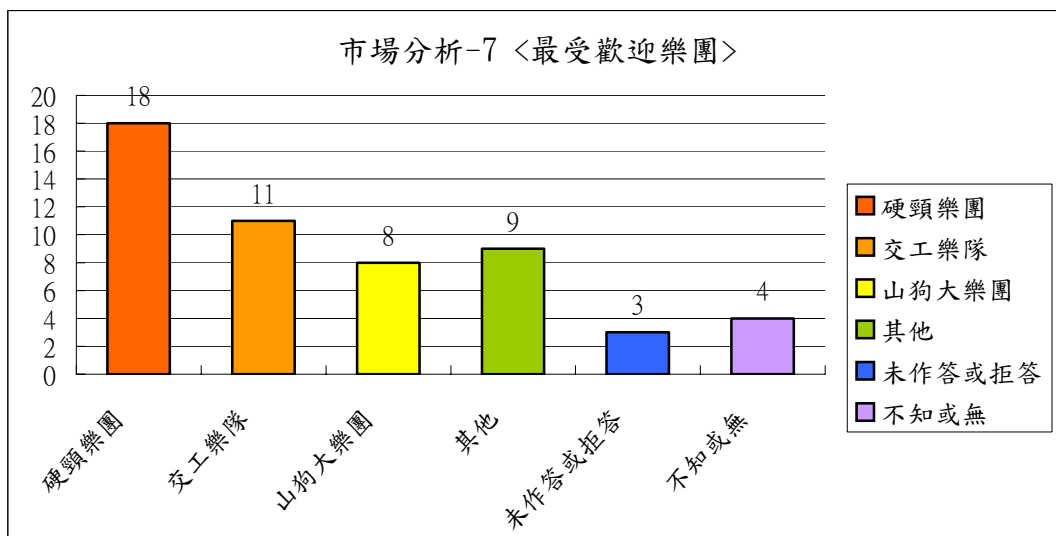


6. 受歡迎客語女歌手：本題為複選。在客家唱片從業人員及音樂工作者心目中，最受歡迎的客語女歌手前三名為劉平芳、陳淑芳、李秋霞。其中劉平芳甚至有超過六成的人(32人)點選她，遙遙領先其他女歌手。其他像彭月春、徐子晏(雁)、林于雯等今年曝光率較高的歌手，也都各有一成以上的人認為她們受歡迎。

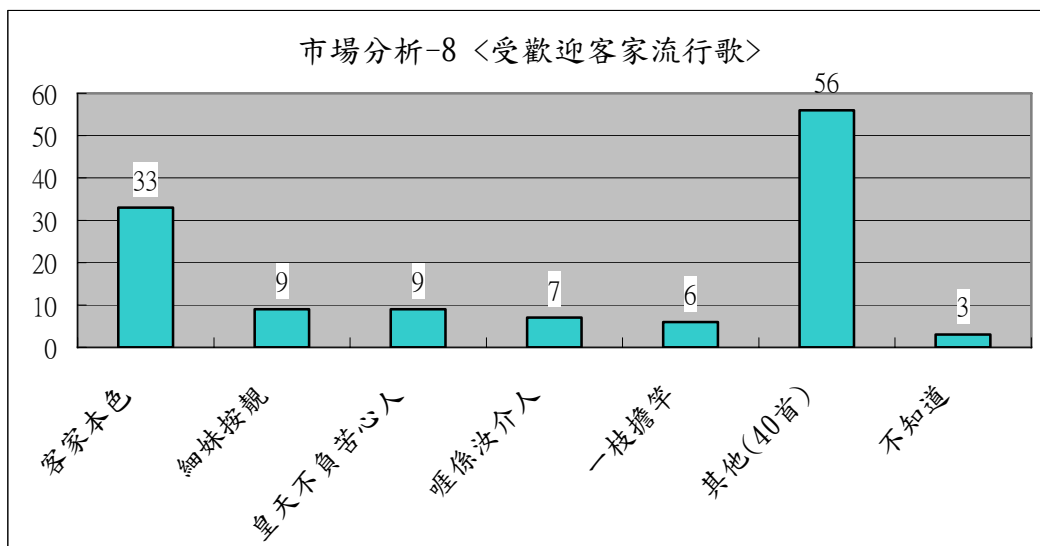


7. 最受歡迎客語樂團：目前客語樂團不多，常以樂團名義在外演出或出專輯者僅有「硬頸」、「交工」(今年五月已解散)、「山狗大」三團，因此本題採單選。在客家唱片從業人員及音樂工作者心目中，此三團知名度分別佔三成三(硬頸)、二成一(交工)、

一成五（山狗大），稍偏低；未答或拒答、不知或覺得沒有者以及其他非客語樂團答案亦高達三成。

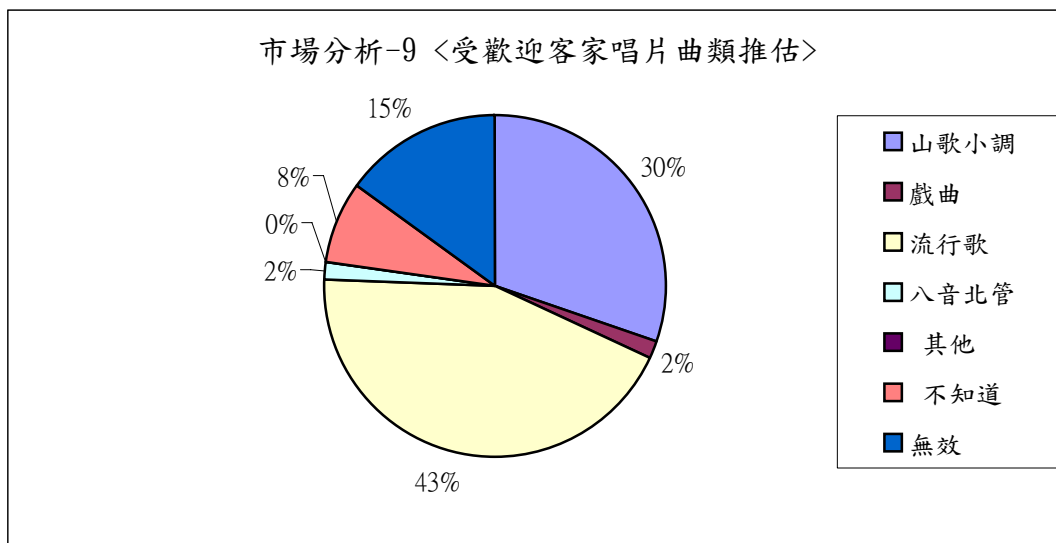


8. 最受歡迎客語流行歌：本題為複選。在客家唱片從業人員及音樂工作者心目中，涂敏恆老師所寫的〈客家本色〉獨佔鰲頭，有超過六成二（33人）的人都選了這首歌，其餘歌曲票數較為分散。



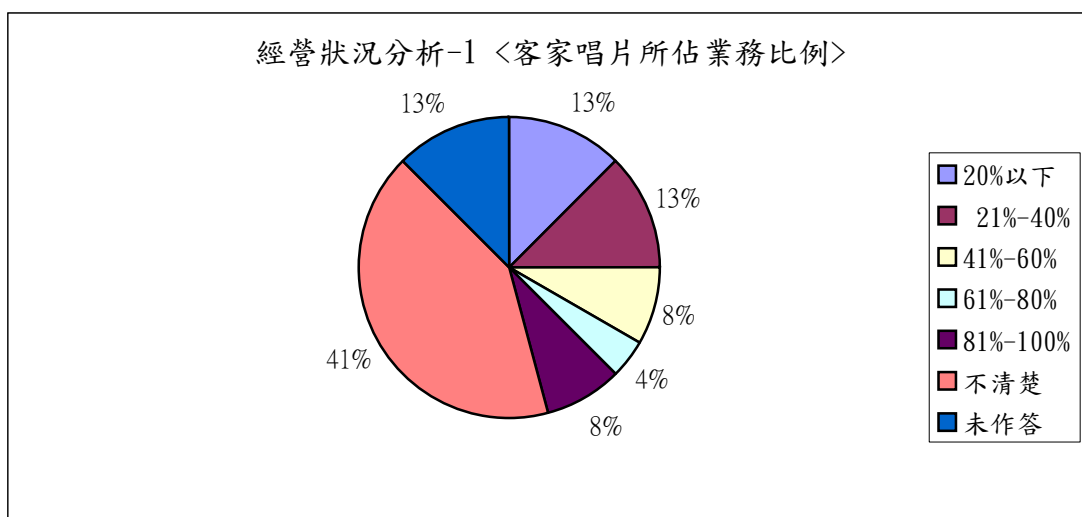
9. 受歡迎客語唱片曲類推估：在客家唱片從業人員及音樂工作者心目中，有四成三（23人）的人認為「流行歌」最受歡迎，其次是「山歌小調」的三成（16人）。這兩種加起來就已超過三

分之二。

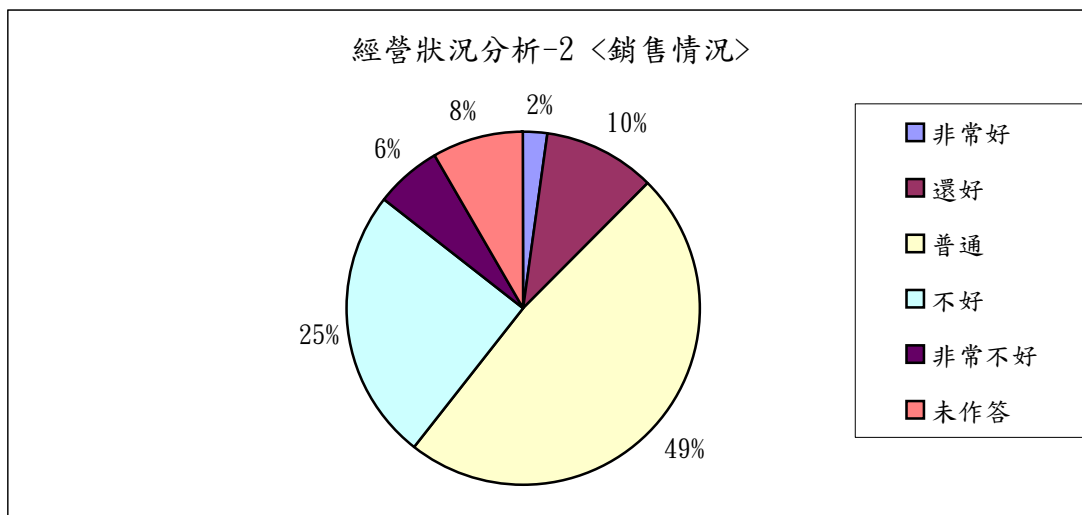


(二) 經營狀況：共計六個題目，針對唱片公司人員詢問，有五人未填服務唱片公司所在地，推估僅為音樂工作者（製作、演唱或創作者），不是唱片公司人員，免答，故統計人數為四十八人。

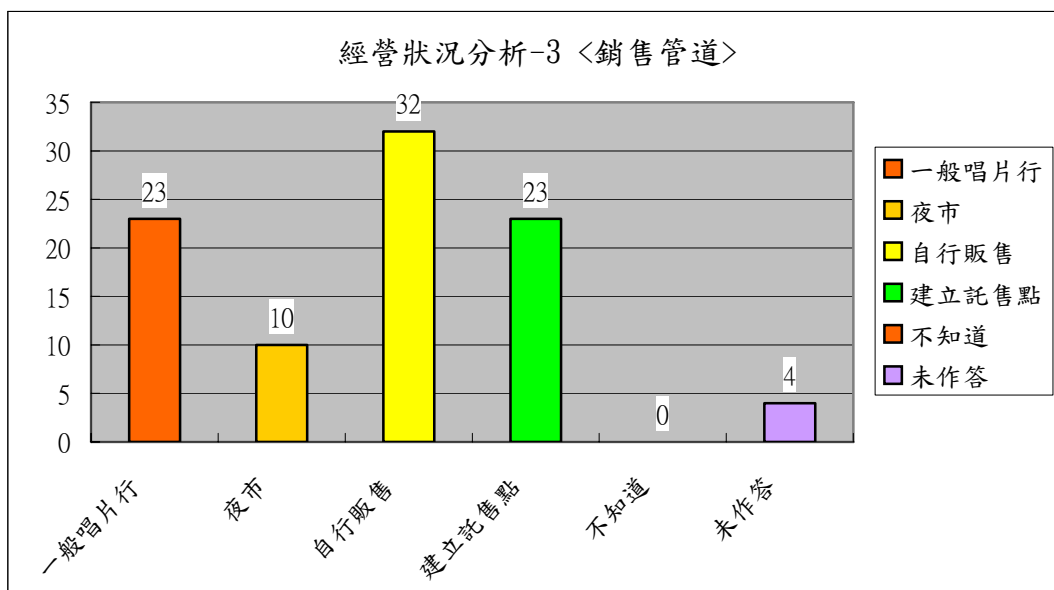
1. 客家唱片所佔業務比例：在客家唱片從業人員心目中，回答 40% 以下者佔了三成四（16 人），選「不清楚」者高達四成一（20 人）。



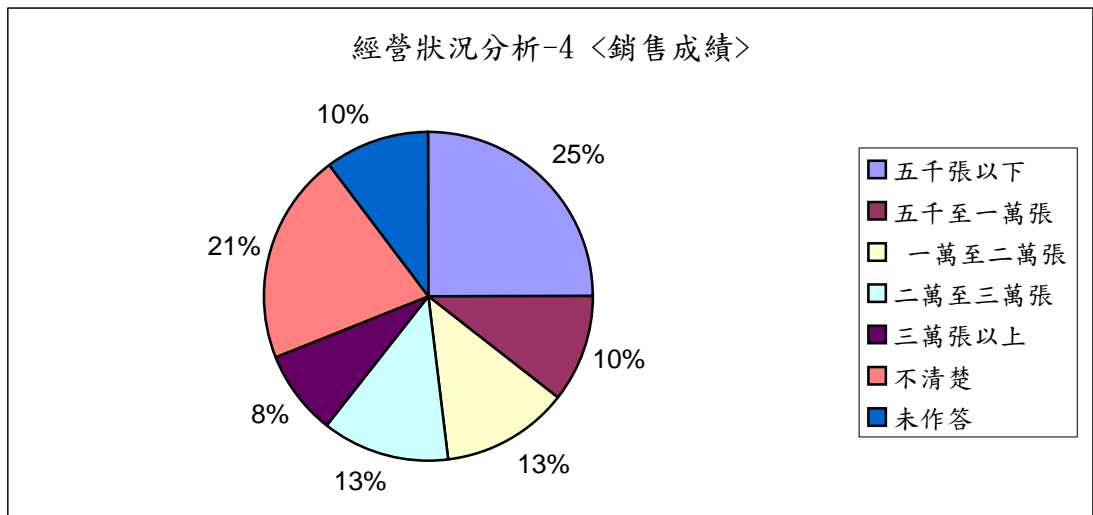
2. 銷售情況：在客家唱片從業人員心目中，出版客家唱片銷售情況普通者幾近半數（23 人，佔 49%），認為不好或非常不好的有三成二（15 人）。



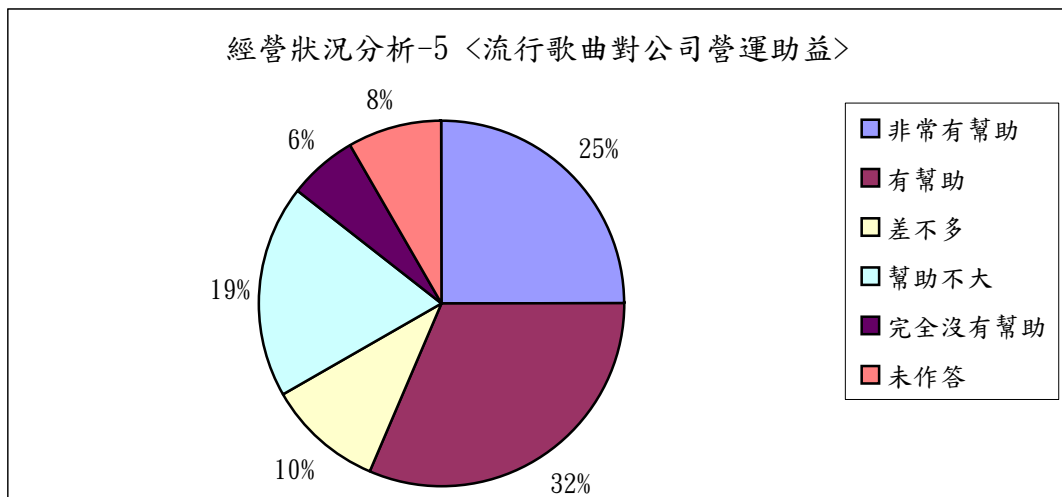
3. 銷售管道：在客家唱片從業人員心目中，自行販售（包含網路）是最常見的銷售管道，有六成八（32人）的人選了這個方法。至於建於託售點或於一般唱片行販售也都有近半數的人選擇（各23人，佔49%）。



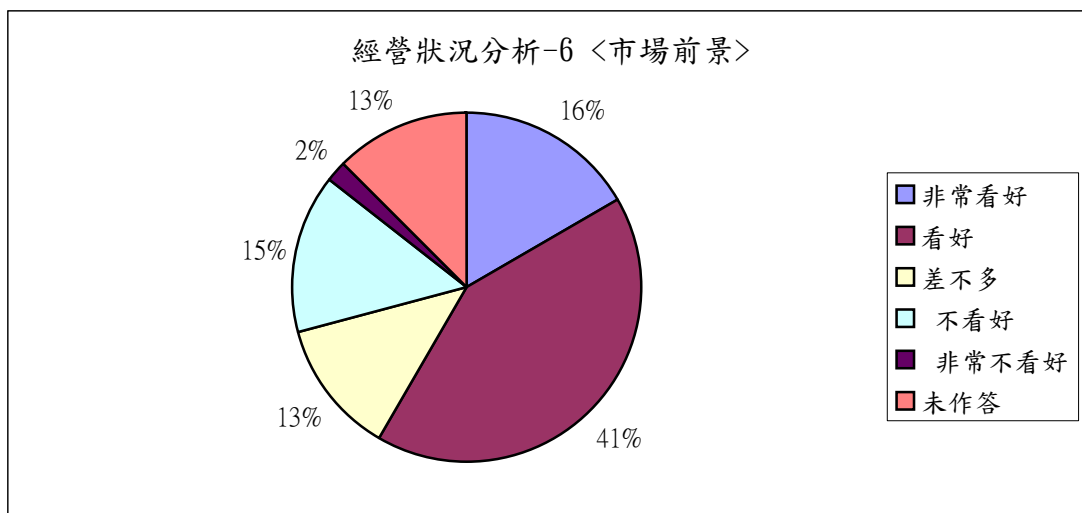
4. 銷售成績：在客家唱片從業人員心目中，五千張以下是常態，佔二成六（12人）的人選擇此項。不清楚或未作答者高達三成二（15人）。



5. 流行歌曲對公司營運助益：在客家唱片從業人員心目中，超過五成七（27人）的人認為客家流行歌曲對公司營運非常有幫助或有幫助。

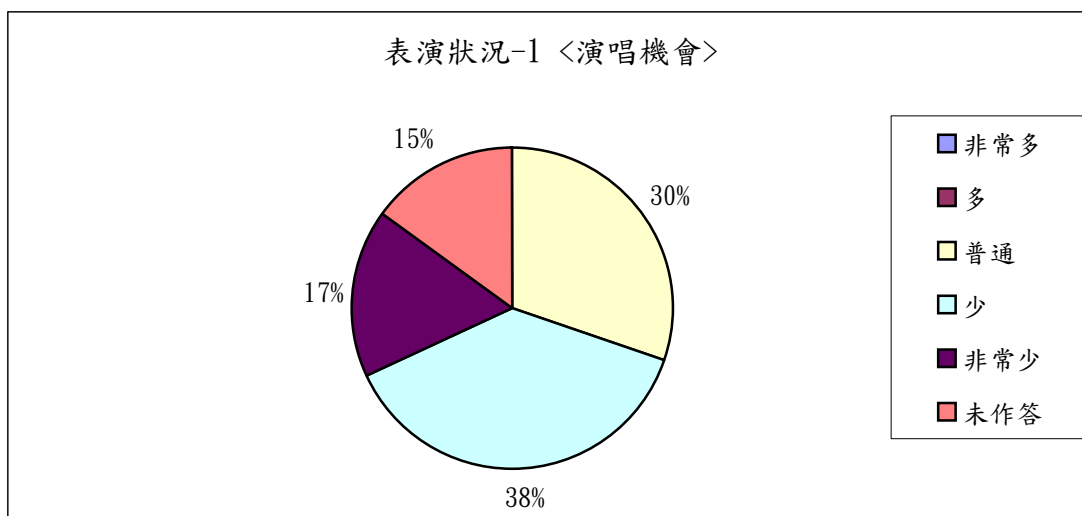


6. 市場前景：在客家唱片從業人員心目中，近六成（28人）是非常看好或看好客家流行歌曲市場。

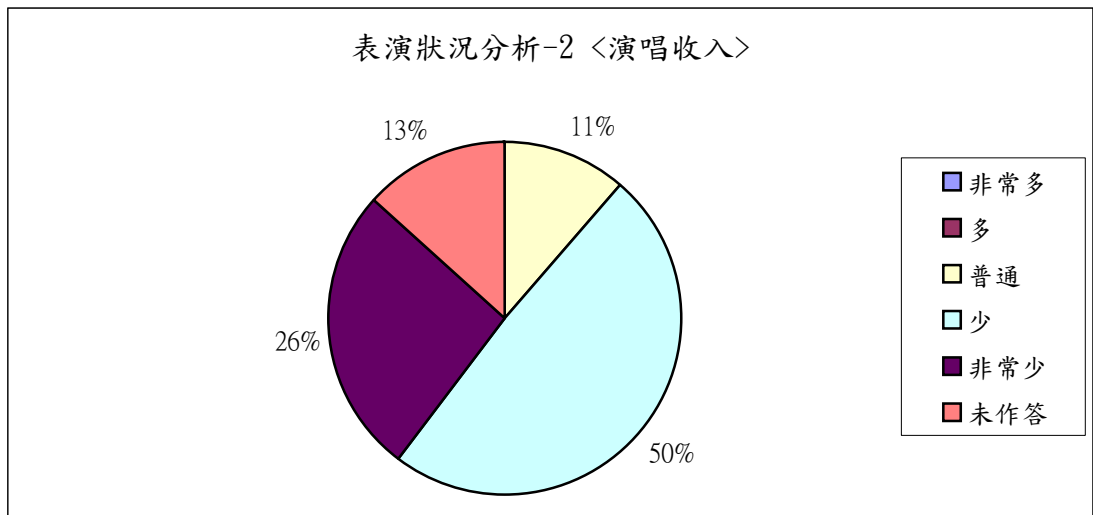


(三) 表演狀況：共計五個題目，針對音樂工作者（製作人、創作者或歌手）詢問，統計人數為五十三人。

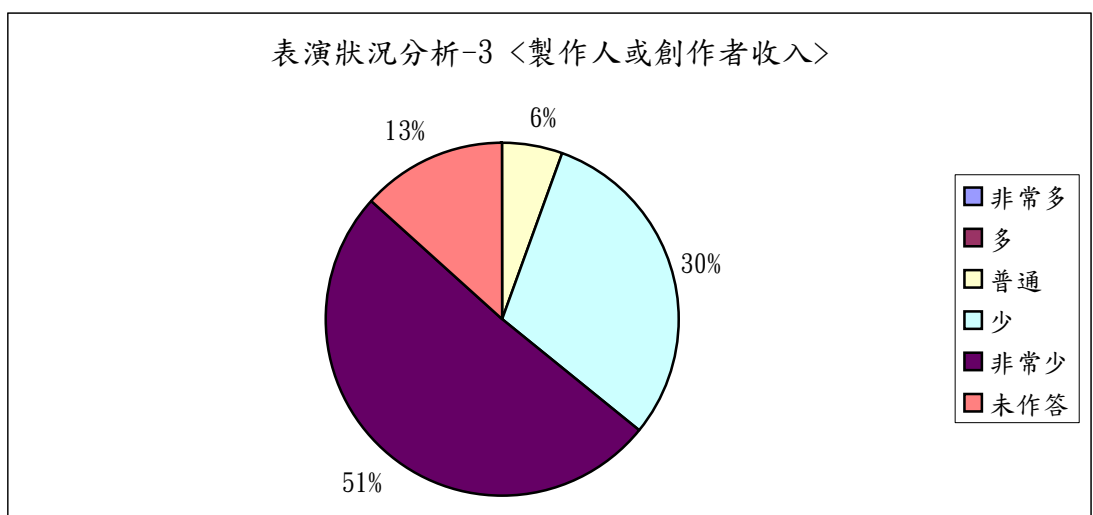
1. 演唱機會：在客家音樂工作者心目中，高達五成五（29 人）認為演唱機會少或非常少，也有三成（16 人）認為普通；沒有人認為演唱機會多或者非常多。



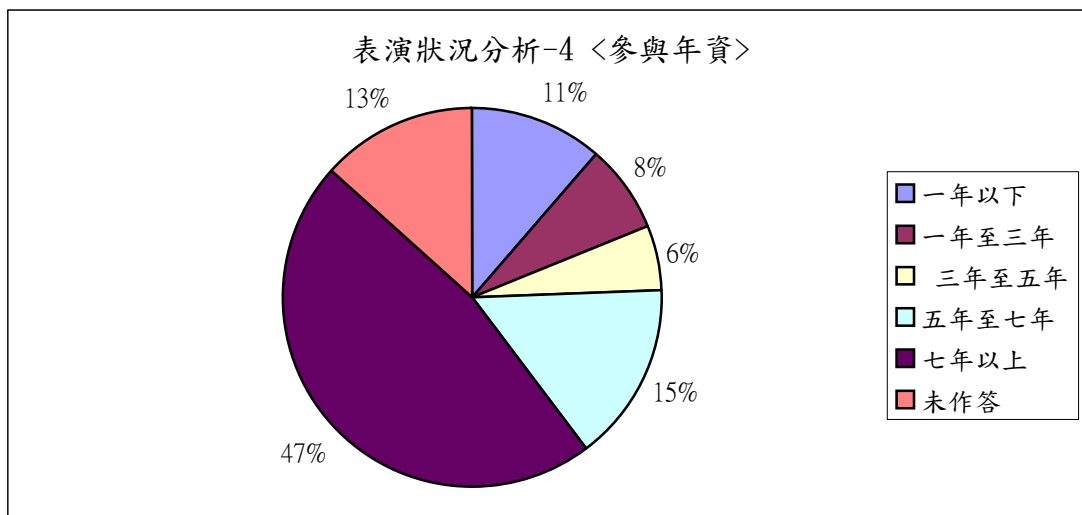
2. 演唱收入：在客家音樂工作者心目中，高達七成五（40 人）認為演唱機會少或非常少，也有一成一（6 人）認為普通；沒有人認為演唱收入多或者非常多。



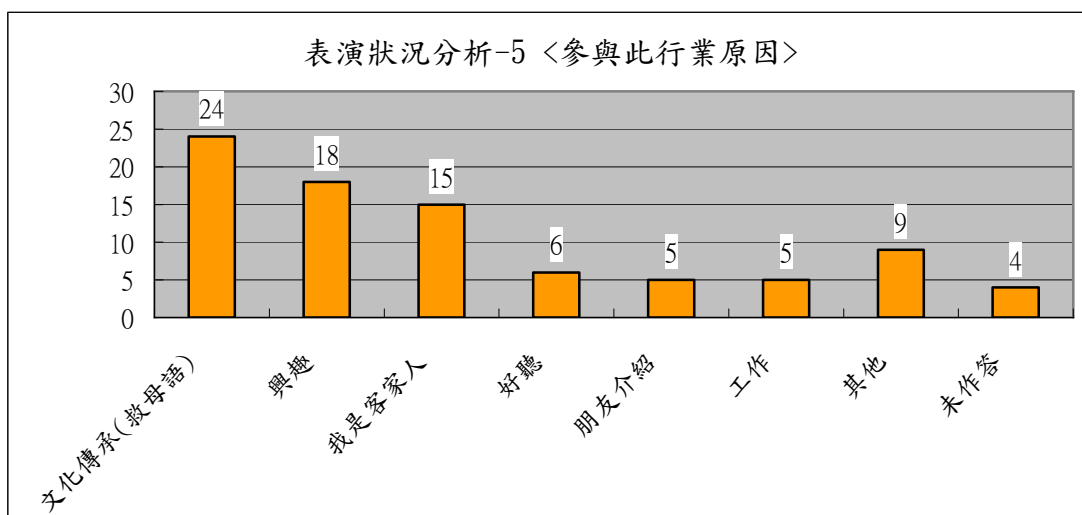
3. 製作人或創作者收入：在客家音樂工作者心目中，高達八成一（43人）認為製作人或創作者收入少或非常少，僅有0.5成（3人）認為普通；沒有人認為多或者非常多。



4. 參與年資：從事客家音樂工作者，年資以超過七年較多，將近半數（47%，25人），其餘年資較淺者人數分散。

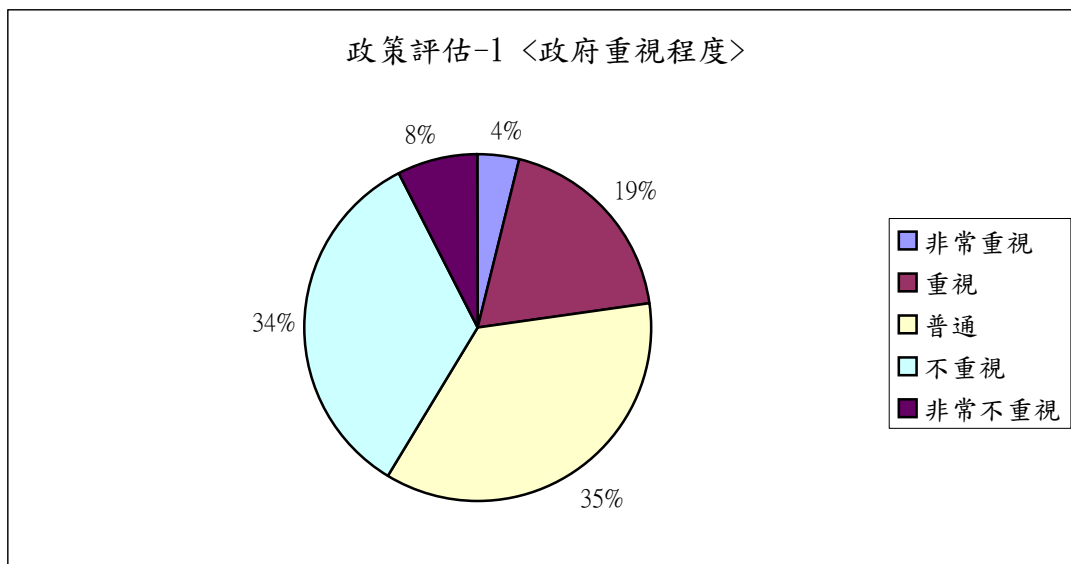


5. 參與此行業原因：在客家音樂工作者心目中，參與此行業的三大原因是「文化傳承（救母語、救客家）」、「興趣」、「本身是客家人」（24、18、15人，分別佔45、34、28%）。

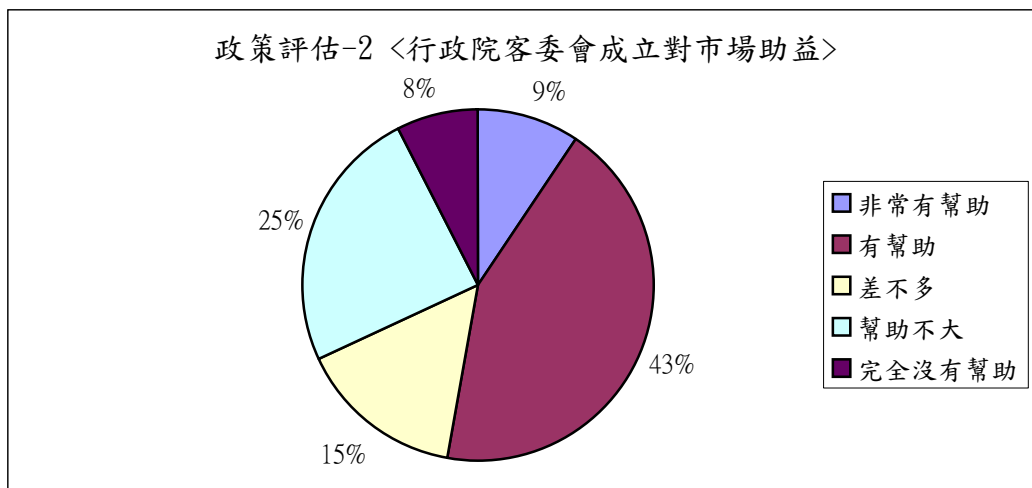


(四) 政策評估：共計四個題目，統計人數為五十三人。

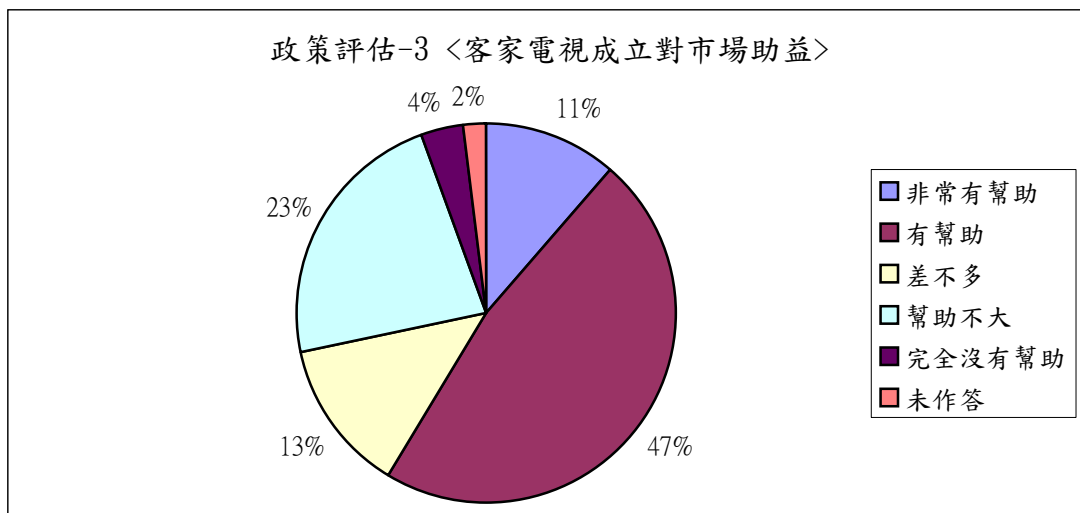
1. 政府重視程度：在客家唱片從業人員及音樂工作者心目中，認為政府不重視甚至非常不重視客家流行音樂者有四成二（22人）；認為重視或非常重視者僅有二成三（12人）。



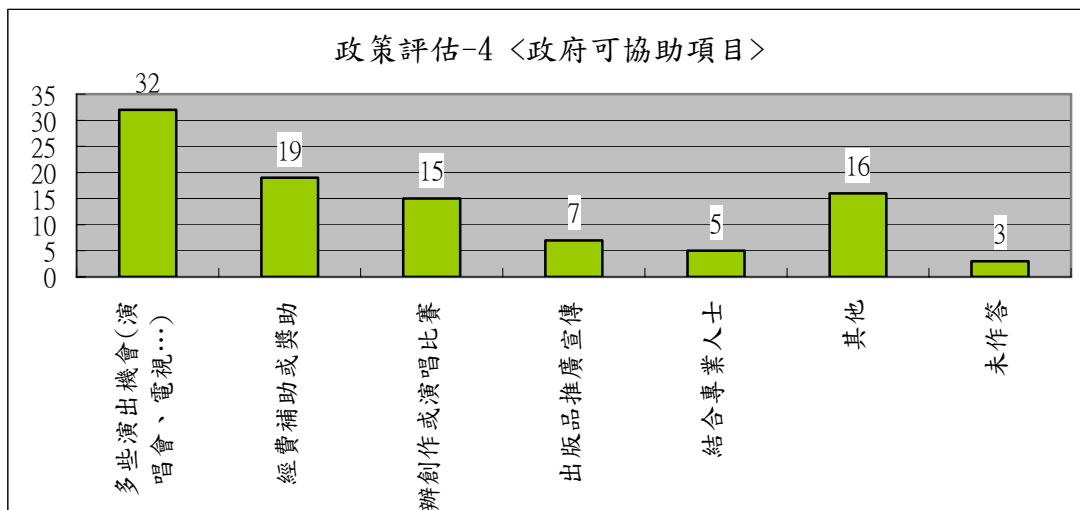
2. 行政院客委會成立對市場助益：在客家唱片從業人員及音樂工作者心目中，認為客委會成立對客家流行音樂市場有幫助或非常有幫助者者有五成三（28 人）；認為幫助不大或完全沒有幫助者也有三成二（17 人）。



3. 客家電視成立對市場助益：在客家唱片從業人員及音樂工作者心目中，認為客委會成立對客家流行音樂市場有幫助或非常有幫助者者有五成九（31 人）；認為幫助不大或完全沒有幫助者也有二成六（14 人）。

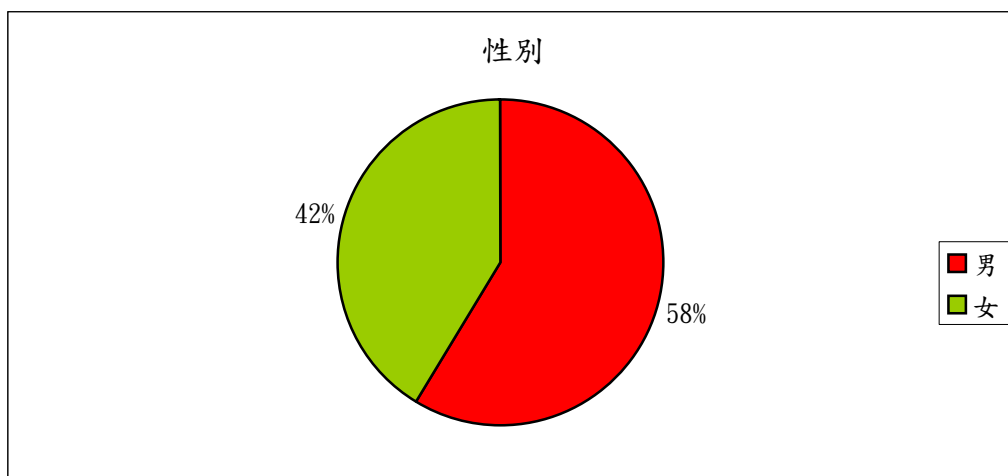


4. 政府可協助工作：在客家唱片從業人員及音樂工作者心目中，認為政府對客家流行音樂發展可提供的協助最主要的三項為「多些演出機會」、「經費補助或獎助」、「辦創作或演唱比賽」（32、19、15人，分別佔60、36、28%）。

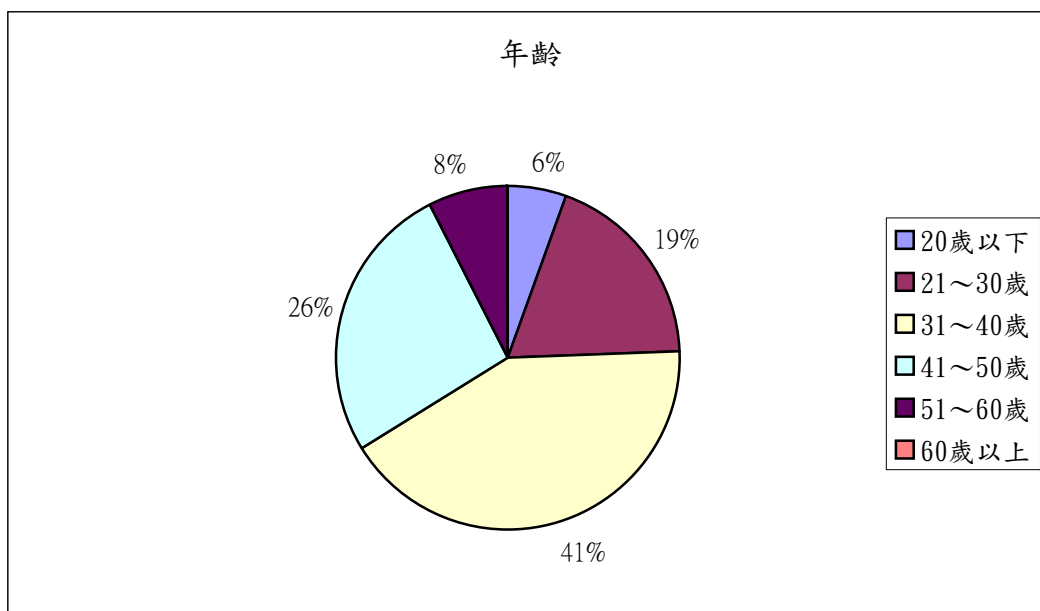


(五) 受訪者基本資料分析：統計人數為五十三人。

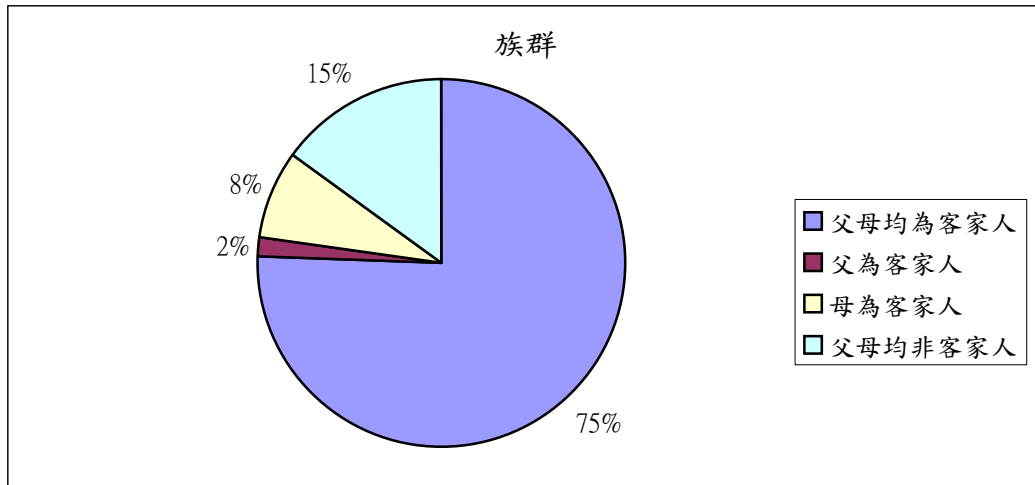
1. 性別；男女比例為58%：42%（31人：22人）



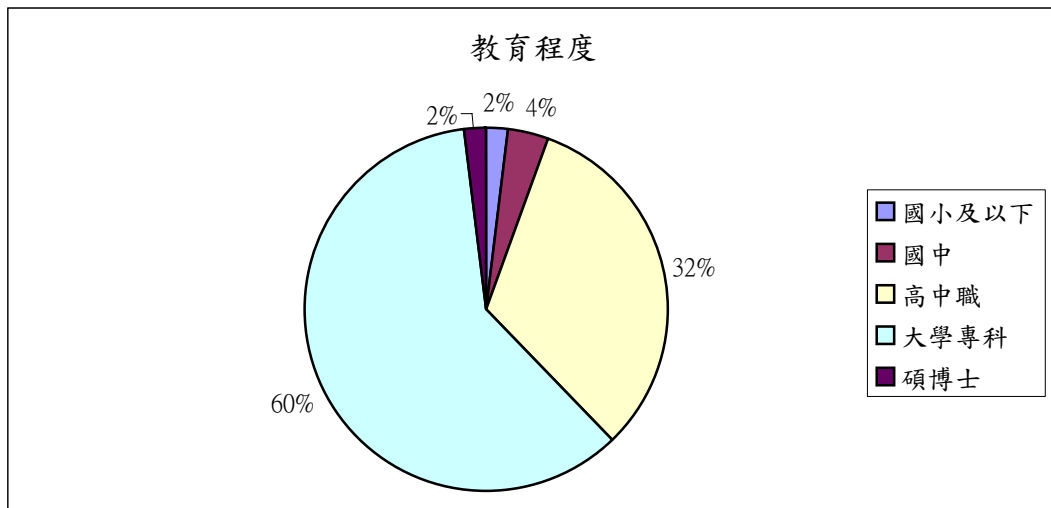
2. 年齡：以 31-40 歲最多，有四成二（22 人），21-30 歲、41-50 歲也各有一成九（10 人）、二成六（14 人）。



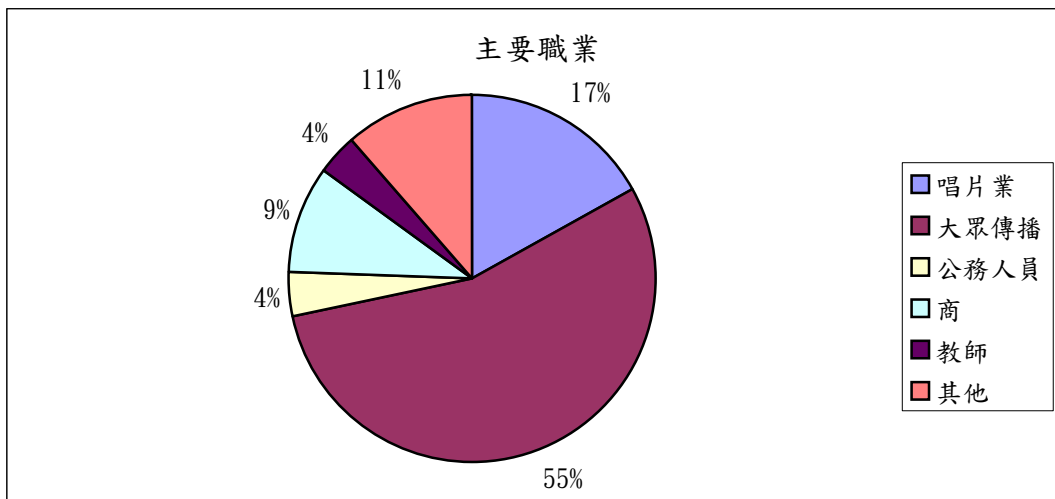
3. 族群：超過四分之三的人（40 人）父母都是客家人。



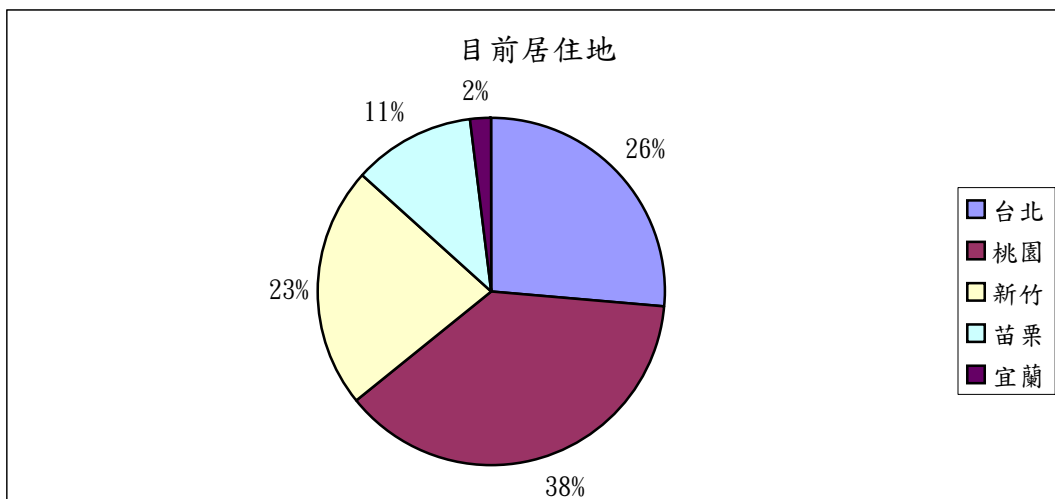
4. 教育程度：以大學專科和高中職為多，分別佔六成、三成二（32人、17人）。



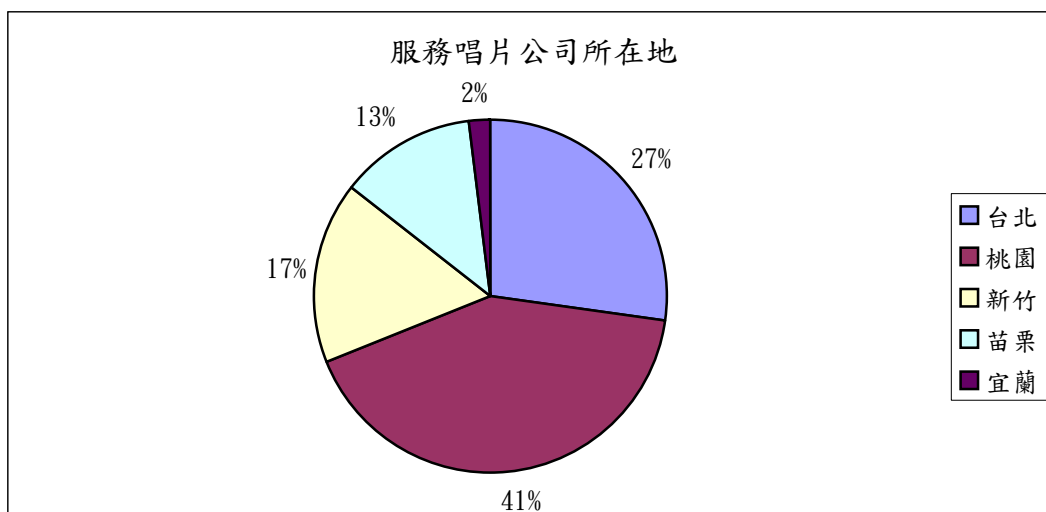
5. 主要職業：以大眾傳播五成五（29人）最多，主業為唱片業者僅佔一成七（9人）。



6. 居住地區：以桃園三成八（20 人）最多，台北二成六（14 人）和新竹二成三（12 人）次之。



7. 服務唱片公司所在地：有五人未填，推估非唱片從業人員，所以統計人數為四十八人。以桃園四成二（20 人）最多，台北二成七（13 人）和新竹一成七（8 人）次之。



二、台灣客家流行音樂出版公司簡介及客家有聲出版品資料

僅介紹訪談的八家公司及其所提供產品資料，其他如劉家丁先生成立的吉聲影視音有限公司、呂金守老師成立的台灣唱片股份有限公司、陳志明先生成立的九華唱片傳播有限公司、林生祥等人成立的串聯有聲出版社等，因為研究時間及人力所限，無法一一訪談，希望以後有機會補充這方面的資料。

(一) 上發影視有限公司：位於桃園縣平鎮市

1. 公司沿革：前身為雅曲公司，約六十八年成立，當時曾出版徐木珍、邱玉春等人的客家山歌。後於七十年左右，變更營業項目為可出版卡式及匣式錄音帶，並更名為全成音樂有限公司，加入流行歌曲出版。八十二年六月擴充營業項目改為上發。
2. 公司產品：就公司提供的目錄來看，以傳統山歌小調卡帶為主（傳統山歌加新潮山歌共 65 張），也出少數的流行歌曲（以編號來看，共 15 張）、歌本，還有李文古笑科劇（和五十四年惠美唱片出版的不同）。在全成唱片時期，曾向皇冠買版權出版吳盛智的【無緣】專輯，當時約為七十一年，七十八年出版黃豔儀【大家來乾一杯】專輯。更名為上發後，在客家節目製作及出版客家傳統歌謠及流行歌曲繼續貢獻心力。
3. 公司未來展望：繼續在客家音樂及節目上努力。

(二) 山風音樂有限公司：位於台北市

1. 公司沿革：由音樂人顏志文於九十年自行成立之公司。主要以

表演、出版音樂教材及心靈音樂專輯為主。

2. 公司產品：目前客家音樂僅有於九十一年底出版的【紙鷲】專輯。
3. 公司未來展望：在客家音樂方面會繼續開發新的東西。

(三) 威德文化有限公司：位於台北市

1. 公司沿革：成立於西元 2002 年。因為負責人英文名字叫 wade，本來想取名「威的」，因為本身為佛教徒，密宗黃教裡有個最大護法神叫「大威德金剛」，祂是伏魔的，因此決定取名「威德」，希望能大聲唱出自己的想法。公司的 logo，看來像火燄一般，其實是密宗裡的一個像，驅魔很有威力；意即希望自己的公司也能發揮威力、唱出自己的聲音。之前也曾入股「聲世紀網路音樂公司」，後來因理念不合就離開了。
2. 公司產品：在聲世紀時曾發行三張專輯，其中第三張發行了劉劭希的【嘻哈客】是客家音樂。整張唱片的封面設計及後來劉劭希的文字、形象定型，都是由謝宇威和美編確立的（例如「顛覆傳統客家」…）。成立威德公司，第一張產品是 92 年 8 月出版、負責人謝宇威的「一儕」客家創新歌曲專輯。
3. 公司未來展望：西元 2000 年之後，台灣唱片市場不景氣，有兩個傾向，一為大者愈大。五大國際唱片公司進駐台灣之後，砸大錢培養偶像，不怕賠。另一個為造成獨立唱片公司愈來愈多。威德在此時成立，希望唱出自己的聲音，所以除了出版負責人謝宇威的音樂外，將來若在資金許可的情形下，也會陸續出版和公司理念相近、好的音樂人的專輯。

(四) 春水出版社：位於新竹

1. 公司沿革：正式登記成立是西元 1999 年 12 月，但工作室是成立於 1998 年 3 月，那一年，負責人古秀如小姐從美濃北上新竹，與當時正在廟口演唱的陳永淘共組工作室，開始進行獨立音樂出版的思考和行動。
2. 公司產品：

第一張作品出版於 2000 年 1 月，「離開台灣八百米-阿淘的歌」。

第二張：2000 年 11 月，「阿淘和孩子一起----下課啦」

第三張：2003 年 9 月，「水路」。

書籍方面出有「鄧南光影像故事」。2000 年 11 月出版。

3. 公司未來展望：基本上古秀如把「春水」當做一個進行文化運動和思考的點，而不是以利益為導向的商業出版社，因此，很清楚的，這個廠牌的理念就是出版有獨立精神、不以謀利為主要目的、不受媒體、言論、消費習性、音樂型態所左右、更進一步能夠挑戰資本主義、挑戰社會現況、引起反省的音樂。當然未來若行有餘力，會出版音樂形式以外的出版品，如書籍或影像，但出版的精神仍不離以上原則。而成立的過程則是，以出版阿淘的作品為開始，阿淘在這三年間創作了上百首優異的作品，在他的第一次出版的過程中（【指頭擺的事情】），有許多不順遂和傷害，使成員深深感受到主流商業機制對獨立音樂工作者的不利，春水的成員體認到，其實完全不需要去依賴主流機制，就可以維持基本生活和創作的環境，因此他們決定自己成立品牌，從創作到製作、出版、活動演出、銷售，不是依循主流唱片作法，而是靠許許多多朋友共同完成。
4. 鋪貨行銷管道的狀況：目前主要依靠自己建立的通路進行銷售。經銷點以認同並喜愛春水作品的店面或個人為主。如客家餐廳、小吃店、服飾店、書局、茶藝館等。至於唱片行系統目前第三張【水路】與風潮唱片合作，嘗試在一般大眾行銷通路運作，成效如何，尚在觀察中。

（五）嵐雅影視傳播有限公司：位於苗栗縣

1. 公司沿革：嵐雅的前身是以製作錄影帶、發行歌廳秀錄影帶、自製節目為主；此時錄製的節目均為國、閩語發音。七十八年正式成立，加入錄放影器材買賣及進出口貿易業務；此時的傳播工作已逐漸轉變為以客家電視節目為重心。
2. 公司產品：就公司提供的目錄來看，出版的錄音帶、CD、VCD 以傳統的山歌及戲曲為主（佔 66%），其餘為流行歌曲。主打

歌手為硬頸樂團。公司最早的出版品是七十八年出版的【客家三百年】系列錄影帶，企圖完整介紹客家歷史文化、山歌戲曲等各個面向的資訊給社會大眾；同時推出客家第一張，也是唯一的一張傳統歌謠伴唱影碟【鄉音】，由曾明珠演唱。

3. 公司未來展望：繼續製作客家電視節目、出版客家音樂或母語教材，為客家文化薪火相傳貢獻心力。

(六) 傳響樂坊：位於台北市

1. 公司沿革：九十一年負責人有感於國內很多對音樂理想、有才華的人，卻被主流市場埋沒，因此成立「傳響樂坊」。公司營運以出版唱片及網站業務為主，是以公司的網路來販售自家出版品。
2. 公司產品：目前客家音樂僅有於九十一年底出版的【野放客】專輯。
3. 公司未來展望：結合共同理念的音樂人（不一定僅出客家音樂），讓音樂工作者可以DIY做自己喜歡的音樂，不受商業市場機制太多干擾。

(七) 漢興傳播有限公司：位於新竹縣

1. 公司沿革：七十六年負責人開設永興影視錄影帶租售店生意不錯時，另成立永漢傳播公司，和太平洋影視的陳德木先生合作拍攝【客曲薪傳】錄影帶，之後也曾與龍潭友人合股拍攝【百善孝為先】傳統戲曲錄影帶。取名「永漢」是為了和「永興」區隔，又有不忘本之意，但因為和某大連鎖書局同名，七十八年出版了第一張客家創新流行歌曲及童謠後即更名為現在的「漢興」，取「大漢民族興旺」之意。初期拍攝客家山歌、戲曲影帶，七十八年開始出版客家創新流行歌曲及童謠。
2. 公司產品：就公司提供的目錄來看，均為創新流行歌曲及童謠的錄音帶、CD、VCD、LD、伴唱帶、歌本。
3. 公司未來展望：除製作電視節目外，希望發掘新的創作及表演人才，繼續出版好的客家流行音樂及兒歌。

(八) 龍閣文化傳播有限公司：位於桃園縣龍潭鄉

1. 公司沿革：約七十五年成立，當時以拍攝錄影帶為主。七十八年左右，推出四捲「新曲小調」錄影帶，由胡泉雄、黃淑媛、梁煥波、林美蘭等人演唱，市場反映不錯，因此後來繼續出版客家歌謠，近十年也開始朝客家流行歌曲及童謠市場邁進。
2. 公司產品：就公司提供的目錄來看，傳統歌謠及流行歌曲之錄音帶、CD、VCD、伴唱帶等，是公司產品兩大主力，此外還有戲曲錄影帶、客家八音、母語教材、笑話集等卡帶。
3. 公司未來展望：除製作電視節目外，希望發掘客家偶像歌手，讓客家流行歌曲打入主流市場。

肆、結論與建議

一、問卷呈現之意義：在問卷設計上，因為此類研究之前無人做過，因此問題均採用較淺顯且較大項目，方便作答。在四大項目中，均有少數未作答的情況，可能是拒答或不知道。看來各行各業都有搞不清狀況或不是很願意投身在此行業的人。以下就四大項目一一提出結論：

(一) 市場狀況分析：

1. 在客家唱片從業人員及音樂工作者心目中，聽客家流行歌曲的人口尚可，所以還能在此市場繼續奮鬥。但聽眾年齡層偏高（集中在 41 至 60 歲），幾乎沒有二十歲以下年輕聽眾，這是將來發展最大的危機。而客家音樂因為多出版傳統歌謠或戲曲，聽眾集中在北部客家人較多區域，若未能向其他族群拓展，也是一大危機。
2. 在受歡迎客語男女歌手、樂團、歌曲部分：可以發現出道早、曝光率高，的確能增加藝人辨識度。而「客家本色」的受到高知名度，也顯見歌曲受到政治力影響。因為受訪者人數不多，且集中在幾家公司，可明顯感受到答題受到任職唱片公司影響頗大，會優先考慮自己公司的藝人及歌曲。
3. 目前受歡迎客語唱片曲類：在客家唱片從業人員及音樂工作者心目中，有四成三（23 人）的人認為「流行歌」最受歡迎，其次是「山

歌小調」的三成（16人）。這兩種加起來超過三分之二。可見流行歌曲的出版已漸受重視，山歌班的推廣應有相當程度的助益，但是因山歌班成員年齡層的限制，使得曲風較現代的獨立唱片歌曲較無法打入。

（二）經營狀況分析：

1. 在客家唱片從業人員心目中，客家唱片所佔業務比例可能老板較清楚，因此選「不清楚」者佔了四成三（20人）。就業務比例來看，回答40%以下者佔了三成四（16人），可見此項業務大多非目前出版客家唱片公司的主力。銷售情況有半數以上的人認為尚可或有點差，而且販售張數和主流市場相差甚多，計算張數均非以年度計算，而是長期累積；能在出版數年後賣到三萬張，已算是大賣了。但在此賣得不甚好的情形下，卻有超過五成七的人認為客家流行歌曲對公司營運非常有幫助或有幫助，這個答案有點矛盾，可能因為客家唱片成本低，雖然賣得不算太好，也能讓公司增加營收，所以近六成的人還蠻看好客家流行歌曲市場。
2. 由銷售管道來看，客家音樂的通路雖也在一般唱片行，但據訪查，都是客家庄地域性的小唱片行較多，因為都會型的大唱片行鋪貨成本高，而且很快就下架，所以自行販售是最常見的銷售管道；而獨立唱片則以網路販售或建立託售點為主要銷售管道，少數也透過主流市場行銷管道鋪貨。

（三）表演狀況分析：

在客家音樂工作者心目中，客家歌手的演唱機會雖少，但收入比起其他的歌手少更多；這是因為客家歌手演唱行情普遍較低，演出機會又少。而從事製作或創作者收入更是少的可憐，因為幕後工作者少了演出機會，僅有低成本的製作費或音樂創作費收入。在如此艱困的環境中，卻有一半的人因使命感、對音樂的喜好及身為客家人而持續在此行業奮鬥七年以上，可見客家的「硬直精神」及音樂人對音樂工作的堅持不是完全以金錢衡量的。

（四）政策評估：

1. 在客家唱片從業人員及音樂工作者心目中，認為政府雖然開始重視客家，卻只重視一般的語言、文化層面，對客家音樂也僅

重視傳統，拿傳統做樣板，非常不重視客家流行音樂，因此行政院客委會或客家電視的成立對客家流行音樂市場僅能說是小有幫助。

2. 在客家唱片從業人員及音樂工作者心目中，認為政府對客家流行音樂發展可提供的協助最主要的三項，第一為「多些演出機會」，尤其是在電視媒體的曝光率。第二是「經費補助或獎助」，因為主流市場不願砸錢做客家音樂，因此許多有理想的音樂人若想做客家音樂只好自己或與三五好友自組公司，獨立發片，所以在出版上特別需要政府的經費支助。第三是「辦創作或演唱比賽」，這樣才能吸引新人投入此行業，讓流行音樂能繼續發展下去。其他像多推廣宣傳、結合他族群的專業人士投入，也是拓展市場的一些可行做法。

- (二) 受訪者基本資料分析：客家唱片從業人員及音樂工作者基本上都是客家中生代，教育程度以大學專科和高中職為多，管理階層以41-50歲居多，創作者因市場未能打開，年齡層也偏高，以31-40歲最多；至於一般歌手或工作人員則在以21-40歲之間，顯示這個行業的從業人員一般較年輕化。居住地和服務唱片公司所在地有密切關係，因為目前客家五大傳播唱片公司及四家獨立唱片公司集中在台北市及桃竹苗地區，因此從業人員也集中於這些地區。

二、綜合結論——台灣客家流行音樂出版市場的現況、對策及未來展望

- (一) 目前客家唱片工業及從業人員多集中在北台灣，如何吸引其他地域的優秀客家鄉親，甚至結合他族群的優秀人才，都是提升客家流行音樂素質的當務之急。
- (二) 唱片公司遭遇的困難集中在經費及出版兩大方面。因為缺乏經費，使得成品製作較粗糙、簡單，也無法爭取在主流強勢媒體較多的表演空間，使年輕人不易接受，間接造成新的人才無法投入。出版市場無法拓展，是整個大環境的問題，台灣客家流行音樂工作者應重新思考出版方向，找出定位，實實在在在做自己的音樂，不盲目跟隨流行，在音樂中保有客家因子，讓客家音樂在客家文化傳承上更具代表性；如此方能在穩定中求成長。

- (三) 主政者及關心台灣客家文化保存人士在擬訂客家語文藝術政策上，提供經費補助是現階段最快速提升客家音樂能見度及吸引人才投入的方法，但應建立一套完善的機制，方能使原有的工作者受到鼓舞，又可吸引新的人才投入。
- (四) 傳統的五大唱片公司苦撐十餘年後，原來的傳統音樂消費群已逐漸凋零，因此將出版重心慢慢移向流行歌曲（漢興公司是例外，僅出流行音樂），但新人投入的速度太慢，傳統唱片公司如何因應獨立唱片業者的挑戰，去發掘新的音樂人才、開拓客家庄以外的市場，也是一大考驗。
- (五) 獨立唱片業者在近五年蔚然成風，宣告一個客家新音樂製作出版時代的來臨。這些以音樂人主導的公司比較沒有傳統客家使命感的包袱，只是因為身為客家人且喜愛音樂而做客家音樂，而且透過無遠弗屆的網路將作品推向客家以外的市場。這樣的改變，以市場狀況來看，似乎對客家音樂的未來發展是有利的，已將客家歌曲的市場向客家庄以外拓展。

※※附錄

附錄一：唱片公司負責人或創作者深入訪談之整理（依受訪者姓氏筆劃序），共訪談九位，其中四位為公司負責人兼製作人，四位為音樂創作者兼公司負責人，還有一位為專業創作演唱者。為了記錄方便，均以第一人稱敘明。

(一) 古秀如小姐：春水出版社負責人

◎訪問日期：92年11月17日提供書面答覆

◎個人經歷：自我介紹、為何進入獨立唱片

古秀如，五十九年次，高雄美濃客家人。很難去介紹自己，因為做過的事情很雜，但大體離不開本土文化，包括早期流行與非流行唱片的企畫、作詞、報章雜誌的文字記者，後來參與地方文史工作、參與高雄縣民族音樂調查計畫、擔任高雄縣客家民謠研究會的執行秘書，在南部美濃與北部新竹北埔籌辦有關生態、農業、環境的地方文化活動等。

至於談「為何進入獨立唱片業」，其實，我想我的初衷並不是有如此偉大的志業，我只是認為類似陳永洵這樣的獨立音樂和想法值得出版推動，不應該在主流環境下被傷害和淹沒，因此我離開原有工作軌道全力投入出版阿洵的音樂。至於為何能夠談的上有一點經驗和信心，當然主要是阿洵的作品具有很強生命力和感染力，同時，這幾年來我正好對主流非主流唱片環境、本土文化工作多少有一點碰觸，因此得以進行唱片創作以外的所有行政事宜，如製作、宣傳、活動、銷售等。希望未來能製作或推動更多類似的作品。

◎對近二十年客家音樂定位及市場走向相關問題之答覆：

1. 試談談台灣客家流行音樂發展情形。

答：題目太大了，所學疏淺，無法回答。

2. 試談談台灣客家音樂定位與分類。

答：當然是要以客家語言為出發才是客家音樂吧。至於音樂型態，傳統戲劇音樂和山歌等等的形式是很固定的，但流行音樂受到現代化的影響，是很難界定什麼才是客家音樂，其實只要以客語發音，應該任何音樂型態都可以被創造成客家音樂吧。重點在於，它會被大多數的客家人所喜愛與認同嗎？

3. 試談談台灣客家音樂從業人員（出版業商、作詞者、作曲者、演唱者）分布於何地？分析何以如此分佈。

答：主要是台北與桃竹苗。因為唱片工業集中於北部，加上桃竹苗是客家本營。

4. 試談談對客家流行歌曲市場之看法（利多為何？遭遇的困難？目前的市場滿意度或銷售情形？海外銷售情形？...）。

答：老實講，很沒看法，因為我們做音樂從來不是從市場角度出發，我想，應該是真誠深刻的作品，就會受到大眾肯定吧，只是中間還需要一個被展現和宣傳的過程。目前為止，春水的銷售收入可以維持我們的生活，並蓄積能量進行其他題目的出版，但是前提應該是不斷要有作品推出，才能永續。

5. 您認為台灣客家音樂對現代客家人在文化傳承上的影響？

答：應該是有漸進性的影響，以我們的出版品為例，許多反應是相當熱情的，我相信這應該會影響到年輕人和為人父母者，去思考客

家對他們的意義。

6. 您認為台灣客家音樂應該採用何種方式（器樂表達、詞曲創作、歌手魅力、宣傳管道...）較易為年輕族群甚至一般大眾接受？

答：音樂唯有獨特、有自己的風格才能受到認同，很難將這種美學的東西化約為實際的「方法」，我答不出來。因為假如一張粗糙膚淺的作品，用了許多預算去推動，它可能會被知道，但仍然是得不到喜愛啊！

7. 您認為台灣客家音樂未來的發展如何？業商或創作者可朝何方向努力？

答：前景可期，因為客家人慢慢醒了。

8. 您認為台灣客家音樂面臨之出版問題為何？

答：投入的人才太少，社會整體客家意識尚未提昇，所以較為困難。

9. 您認為政府可在哪些方面協助客家流行音樂發展？

答：整體客家意識的覺醒就會有助於客家音樂的成長，只要大環境改變，自然會有許多新秀或人才投入。政府該做的應該是改變大環境，比如語文教育的積極推動、客家話於傳媒的普及等等。若要論實際路線，鼓勵青少年組客家樂團、舉辦創作徵選、客家熱門音樂大賽等等，亦是方法。

（二）李寶珍先生：龍閣文化傳播有限公司負責人

◎訪問日期：92年10月26日電話訪問

◎個人經歷：四十四年次，桃園縣龍潭鄉三洽水人。復興美工畢業。曾在「漢聲」雜誌打過工，看到老板黃先生對民俗、文化推動的執著，受到啟發，後來自己成立了龍閣文化傳播有限公司，藉著媒體的力量來發揚客家文化。

◎對近二十年客家音樂定位及市場走向相關問題之答覆：

1. 試談談台灣客家流行音樂發展情形。

答：很希望有客家電視，能讓山歌班有電視等強勢媒體的表演舞台；但是一直以來都無法推上去，也沒有包裝，市場有限，只有桃竹苗而已；無法舉辦大型演唱會，也沒辦法參與連續劇、電影，所以也沒有明星。客家歌手只能在客家界有名，跳不出客家界。

2. 試談談近二十年台灣客家音樂定位與分類。

答：自然的，平板跟流行山歌都是自然發音的自然的聲音，山歌是以前的流行歌，現在的流行歌是現在的音樂，最自然的跟山歌歌詞一樣簡單有押韻的，才有辦法流傳變成民謠。現在年輕人的搖滾的將以前的山歌改編過，後生人想學吳盛智，沒有平板的韻味也老無山歌的韻味，只是用自己的聲音的喊出來，以搖滾的聲音，學西方的方式，這樣嬉皮的方式難以用來做一般的演唱。這種「鬥鬧熱」（湊熱鬧、盲目跟流行之意）的方式較難被人接受，應該要一般人能懂、快樂、產生共鳴，到哪裡都能流傳。

3. 試談談台灣客家音樂從業人員（出版業商、作詞者、作曲者、演唱者）分布於何地？分析何以如此分佈。

答：大都分佈在桃竹苗。南部客家人少，較接近閩南人。雖然美濃有客家人，但是距離上太遠，發行上市場小，人口不多，難以獨立發行。花蓮的經濟水平不高，推銷距離也太遠。

4. 試談談對客家流行歌曲市場之看法（利多為何？遭遇的困難？目前的市場滿意度或銷售情形？海外銷售情形？...）。

答：要有好歌星且能配合投入，還要有好的商人。目前客語唱片市場談不上利多，只是大家有使命感。要談利多，先要找出我們大家要努力的方向。首先第一要有好歌星。現在的青年人讀到大學畢業，即使客家社團，沒有一個要做客家傳播或是客家歌手，尤其是音樂系的學生，他們反而看不起客家音樂；但是老一輩六十幾歲的人，教授如劉永彬還是認為客家山歌比較好聽。第二是作詞作曲者少，變化不大，與閩南語歌曲不能相比。目前賣的較好的歌曲是田園式的音樂，一般人較能接受、較耐唱。製作的音樂也有賣到大陸或美國去，有人出國前來買而帶出國；大陸的社團也會來此訪問。

5. 您認為台灣客家音樂對現代客家人在文化傳承上的影響？

答：小學生唱客家歌者多，國中高中以後就很少了。歌唱比賽中青少年參加者少，中壯年者多。沒有環境也沒有人推廣（家長、老師、政府），所以客家音樂對國小、幼稚園影響較大。國中老師太現實，從不教母語歌曲。

6. 您認為台灣客家音樂應該採用何種方式（器樂表達、詞曲創作、歌手魅力、宣傳管道...）較易為年輕族群甚至一般大眾接受？

答：製造偶像，才能吸引人來聽。

7. 您認為台灣客家音樂未來的發展如何？業商或創作者可朝何方向努力？

答：我們有仍有基本的市場，但是該如何突破、持續保持好的行情，向外發展，是我們要努力的。例如參加比賽，像陳雙雄將佛教歌曲與客語結合創作的客家歌曲，獲得佛光山音樂比賽首獎，就是將客家音樂向外發展的好例子。

8. 您認為台灣客家音樂面臨之出版問題為何？

答：(1)沒有強勢的媒體、協助節目製作的攝影棚和樂團來襯托歌手，對歌手沒有福利，使得他們看不到前途。(2)第四台的發表空間太少。

9. 您認為政府可在哪些方面協助客家流行音樂發展？

答：(1)有基本的經費專案補助專輯製作，將人才集中，以最好的資源加強幕前、幕後相關人員專業訓練，例如：舞蹈、化妝等等。(2)要有媒體，例如三立唱台語歌的節目，經過包裝、訓練讓人有不一樣的感覺。(3)向學校推廣，例如到學校辦演唱會（以政府的力量）、或用戶外教學的方式。例如：收冬戲。

(三) 邱從容先生：漢興傳播有限公司負責人

◎訪問日期：92年7月18日、9月20日兩次面訪

◎個人經歷：四十三年次，新竹香山人。七十年左右係從事修理電器、賣家電的工作，後來自行開設錄影帶租售店。七十七年成立傳播公司，初期拍攝客家山歌、戲曲影帶，七十八年透過錄音室的朋友陳建華先生介紹，認識了在國語歌曲作曲界頗有知名度的林子淵先生，開始出版客家創新流行歌曲；同時也結識涂敏恆先生，開始出版童謠。因著本身對客家的使命感及對音樂的愛好，除了製作外，也參與詞曲創作，例如「人善分人欺」、「記得當年」都是有感而發的作詞作品。除了在流行客家歌努力外，為了讓客家小朋友可以用母語唱兒歌，以自己的兩個女兒為班底，推出「小金金」童歌系列，

除了詞曲新創外，也培養了不少會唱歌的小朋友。

◎對近二十年客家音樂定位及市場走向相關問題之答覆：

1. 試談談台灣客家流行音樂發展情形。

答：客家音樂由保守走向漸近式的改變。

2. 試談談台灣客家音樂定位與分類。

答：傳統客家音樂以國樂演奏，有傳承客家文化的感覺；現代客家音樂則改用中西樂合作的演奏形式，重新編曲，跟上時代潮流。

3. 試談談台灣客家音樂從業人員（出版業商、作詞者、作曲者、演唱者）分布於何地？分析何以如此分佈。

答：一般人認為集中在北部，其實是工作地點集中在北部，而台灣各地的客家人都有，像我就會去發掘大陸、海外的客家人來參與台灣的客家音樂（梅州的邱小玲、馬來西亞的張少林、新加坡的李克中）。

4. 試談談對客家流行歌曲市場之看法（利多為何？遭遇的困難？目前的市場滿意度或銷售情形？海外銷售情形？...）。

答：以前受強勢媒體控制，文化有隔絕現象，但路是人走出來的，目前台灣經濟條件較佳，市場已慢慢打開，但還得要有關媒體的配合。本公司產品如「小金金」系列、「十八歲介心情」等，曾試著銷售至大陸，不過大陸盜版多，一時不容易做。

5. 您認為台灣客家音樂對現代客家人在文化傳承上的影響？

答：音樂可增進對自我文化的認同，也是他族群容易接受的客家文化面向。

6. 您認為台灣客家音樂應該採用何種方式（器樂表達、詞曲創作、歌手魅力、宣傳管道...）較易為年輕族群甚至一般大眾接受？

答：要創作出較流行曲風、編曲現代的歌曲，方易為年輕人接受，但應適當加入傳統資產。

7. 您認為台灣客家音樂未來的發展如何？業商或創作者可朝何方向努力？

答：曲風流行，但歌詞注重客家話的特色與內涵，應該是較理想的。

8. 您認為近二十年台灣客家音樂面臨之出版問題為何？

答：一般人缺乏版權觀念，任意使用我們音樂工作者的心血結晶，例

如山歌班老師及母語老師有些不買歌本、專輯，都是用拷貝、影印的，連身為老師都沒有「使用者合理分擔費用」的概念，讓經營者很難生存。還有，如何降低成本也是經營者一大考驗。

9. 您認為政府可在哪些方面協助客家流行音樂發展？

答：要考量到客家目前是弱勢文化，不能放任其在市場自由競爭，不易生存。政府可協助推廣出版品；多辦有客家歌手演唱的客家活動，讓客家音樂多些演出空間；辦創作及歌唱比賽；和媒體結合來推廣客家音樂。

(四) 徐雲芳先生：嵐雅影視傳播有限公司負責人

◎訪問日期：92年9月20日面訪

◎個人經歷：四十二年次，苗栗頭屋人。退伍後先以開計程車為業，因為載到一位製作人，開始接觸電視，後來和朋友合組傳播公司；七十八年成立嵐雅。因為對客家的使命感，所以出版相關影帶和唱片，目前公司的重心也全在客家。因為自身性格及公司在苗栗的緣故，做客家的東西總是默默在做，比較不搞公關，和其他同質性的客家傳播公司往來也較少。

◎對近二十年客家音樂定位及市場走向相關問題之答覆：

1. 試談談台灣客家流行音樂發展情形。

答：以往出版比較多的是中老年人愛聽的傳統山歌小調或北管八音，現在走向年輕化，有熱門曲風的樂團及歌手出現，但要有先賠錢、不一定能回收的心理準備。

2. 試談談台灣客家音樂定位與分類。

答：難以定位，一方面是覺得自己無此能力，一方面是市場太小，只在客家庄發展。客家音樂不只是「小眾」，甚至快到「無眾」了。分類則分「傳統」與「創作流行歌曲」。

3. 試談談台灣客家音樂從業人員（出版業商、作詞者、作曲者、演唱者）分布於何地？分析何以如此分佈。

答：多集中於北部，因為客家人會算，南部客家人更會算（想更多、更省儉的意思）。還有中南部客家人是點狀分佈，人口較分散，容易被其他族群同化。

4. 試談談對客家流行歌曲市場之看法（利多為何？遭遇的困難？目前的市場滿意度或銷售情形？海外銷售情形？...）。

答：沒什麼利多，至少得努力個五年、十年，才會讓人慢慢接受。遇到的困難在客家人的性格問題。在太平盛世時，客家人兩人以上就難共事；成功者易被他人打壓。有句諺語說客家人總是「牛欄肚鬥牛犛」，就是形容客家人的心胸較狹隘，見不得別人好。但在亂世，客家人是超團結的。說到海外銷售，本公司的產品在美國社團有時會看得到。

5. 您認為台灣客家音樂對現代客家人在文化傳承上的影響？

答：各方面都有影響，可說是無孔不入吧！

6. 您認為台灣客家音樂應該採用何種方式（器樂表達、詞曲創作、歌手魅力、宣傳管道...）較易為年輕族群甚至一般大眾接受？

答：現在年輕人不愛聽客家音樂，是思想觀念的問題，因為他們心中無客家，自然不會愛客家。我想得讓年輕人多參與客家流行音樂。

7. 您認為台灣客家音樂未來的發展如何？業商或創作者可朝何方向努力？

答：客家音樂因為市場小，產量少，成本自然就高，我們只是儘量做，儘量賣，不去想回收的事。因為對客家的使命感，就算對未來的發展不看好，還是會繼續做下去。

8. 您認為台灣客家音樂面臨之出版問題為何？

答：市場無法開拓是最大的問題。

9. 您認為政府可在哪些方面協助客家流行音樂發展？

答：我認為目前辦客家音樂創作或歌唱比賽還不是時候，希望政府以文化為主軸，開放媒體電子空間，同時撥點經費多買客家唱片公司出的客家音樂。

(五)陳永淘先生：春水出版社專屬音樂創作者及歌手

◎訪問日期：92年10月8日面訪

◎個人經歷：新竹關西人，世新電影編導科畢業。曾從事保育及雕塑工作，現為自由音樂工作者，西元2000年與友人成立「春水出版社」自力發行個人的音樂作品。1997年夏天，阿淘移居新竹縣北埔

鄉，住在南坑村的偏僻山腰，並開始在新開幕不久的「老頭擺客家餐廳」駐唱；2001年移居峨眉。經過漫長的五年自辦演唱活動，阿淘想休息一下，補充能量，因此2003年5月起，專心於峨眉湖淨湖活動，暫不舉辦任何演唱活動，也不參加表演邀約或座談，但仍將持續隨興創作。「看天河」、「吾還記得」是特別為自己的兒子寫的。

◎對近二十年客家音樂定位及市場走向相關問題之答覆：

1. 試談談台灣客家流行音樂發展情形。

答：蠻難回答的，應該請教像楊國鑫先生之類的專家。現在的音樂有很多世界曲風、民族樂器加入；音樂是沒有國界的，我希望能讓世界各種不同的族群都能欣賞，能引起共鳴。

2. 試談談台灣客家音樂定位與分類。

答：我像花園中的一種花，自己開的花還蠻滿意的，別人怎麼看我，我管不到；花無法為自己定位、分類，否則不就是球員兼裁判了嘛！我想我的歌比較屬於「客家創作歌曲」，「創作」不一定會「流行」，「流行」也許沒什麼「創作」感。

3. 試談談台灣客家音樂從業人員（出版業商、作詞者、作曲者、演唱者）分布於何地？分析何以如此分佈。

答：目前資訊發達，世界上的人自由來往，唱客家歌的也許不一定是客家人。這個題目有點把客家框在一個範圍的感覺。

4. 試談談對客家流行歌曲市場之看法（利多為何？遭遇的困難？目前的市場滿意度或銷售情形？海外銷售情形？...）。

答：若想在音樂工作走的較長遠、較不寂寞，客家音樂應該不只給客家人聽；和所有的藝術一樣，可打破族群疆界。目前沒感受到什麼困難，自己過得很好；對銷售情形也不是太在意。

5. 您認為台灣客家音樂對現代客家人在文化傳承上的影響？

答：從美學的觀點來看這件事，就像一個花園，若只有兩、三種顏色的花會很單調。我做音樂希望有不一樣顏色的展現，沒有什麼使命感或客家包袱。我的音樂若不能感動自己，如何能引起別人的共鳴？因本身是客家人，自然有客家元素在歌曲中，聽者自然就受到影響了。

6. 您認為台灣客家音樂應該採用何種方式（器樂表達、詞曲創作、歌手魅力、宣傳管道...）較易為年輕族群甚至一般大眾接受？

答：我的歌沒有刻意要給哪一個年齡層的人聽，完全不去想這個問題。我專心創作，不做政治、商業…各種聯想，不把精神花在這方面。

7. 您認為台灣客家音樂未來的發展如何？業商或創作者可朝何方向努力？

答：這是自然的，不用強求。這就像消化和排泄問題，有養分自然就有動力，沒養分也不用硬擠。

8. 您認為台灣客家音樂面臨之出版問題為何？

答：出版者要實在點，不要盲目跟隨別人的腳步。我的歌若是「老菜脯」，就等著喜歡的人上門，靠口碑銷售，而不是勉強跟流行。要自己走自己的路。

9. 您認為政府可在哪些方面協助客家流行音樂發展？

答：不必刻意幫歌手辦活動或補助，我是能夠自給自足的一朵花、一棵小草，過得很好，若丟給我錢，只會讓我腐化，我不需要這些負面的養分。但政府出錢購買創作歌手的專輯送給僑胞或其他人，這個方式是蠻好的。我突然想到一個比喻，創作者在精神上很旺盛，生活上很有強度，這種人創作才能長遠。如果在創作上、在文化上還需要仰賴政府補助，那是一種殘障的精神。幫助弱勢的原意是很好，但假政府之手，承接者目標是錢，中間會有很多質變的可能。像很多案子的承辦單位對客家完全不瞭解，連徐木珍是男是女都搞不清楚，反而比殺大豬的效果差，會加速客家的沉淪。

（六）黃義桂先生：上發影視有限公司負責人，因黃先生常於國內外奔走，經多次聯繫仍無法達成親訪目的，故由其妻代答。黃太太和先生一起在公司工作，對公司業務亦頗熟悉。

◎訪問日期：92年11月13日電話訪問

◎個人經歷：黃義桂先生，四十三年次，桃園縣楊梅鎮人。學的是機械，因此當兵前在工廠工作。後來有機會拍片，因著拍片需要慢慢接觸客家

事務及唱片業。因著對客家的使命感，約在民國六十八年左右自組雅曲公司，以出版傳統山歌為主。後來變更營業項目更名為全成公司，開始出版客家流行音樂專輯。之後為了擴充營業項目才又更名為上發。

◎對近二十年客家音樂定位及市場走向相關問題之答覆：

1. 試談談台灣客家音樂發展情形。

答：對傳統客家音樂傳統不清楚。流行客家音樂應該從林子淵開始（細妹恁靚），然後有呂金守等人跟隨。談到最近的劉劭希等人的作品，其實變化不大，因為我並不以為饒舌歌和〈細妹恁靚〉有非常大的差別。（筆者註：呂金守老師企劃、吳盛智演唱的【無緣】比〈細妹恁靚〉早了八年出版）

2. 試談談台灣客家音樂定位與分類。

答：傳統客家音樂定義：早期老人家喜歡聽的曲調，歌詞簡單；分類：山歌、平板、老山歌等等九腔十八調。現代客家音樂定義：年輕化；分類：嬉哈風、〈細妹恁靚〉等歌曲。

3. 試談談台灣客家音樂從業人員（出版業商、作詞者、作曲者、演唱者）分布於何地？分析何以如此分佈。

答：桃竹苗較多，因為市場大，聽的人也多。

4. 試談談對客家流行歌曲市場之看法（利多為何？遭遇的困難？目前的市場滿意度或銷售情形？海外銷售情形？...）。

答：(1)沒有利多。(2)困難：經費不足。(3)剛開始不好，目前漸漸轉好（原因我也不清楚）。(4)沒有銷售到海外。

5. 您認為台灣客家音樂對現代客家人在文化傳承上的影響？

答：如果客家歌曲無法走出客家地區，則影響不大。

6. 您認為台灣客家音樂應該採用何種方式（器樂表達、詞曲創作、歌手魅力、宣傳管道...）較易為年輕族群甚至一般大眾接受？

答：(1)作詞曲時跟著市場走。(2)電視台、廣播電台多播放客家歌曲。(3)樂器上多採用弦樂器、鼓樂器和電子音樂。

7. 您認為台灣客家音樂未來的發展如何？業商或創作者可朝何方向努力？

答：(1)不樂觀。因為客家人太過節儉、小氣，經費上亦不足。(2)應該做些簡單、好聽、通俗的音樂比較好。

8. 您認為台灣客家音樂面臨之出版問題為何？

答：(1)出版上欠缺經費。(2)出版後缺乏市場。(3)宣傳上欠缺表演舞台。

9. 您認為政府可在哪些方面協助客家流行音樂發展？

答：(1)請客委會多叫客家電視台播放客家歌曲或者是打歌。(2)補助經費。

◎備註：黃太太希望此研究案能夠設計出一套客家歌曲的宣傳方式，好突破過去發行人量偏低的窘境。

(七)劉劭希先生：傳響樂坊負責人

◎訪問日期：92年11月20日電話訪問

◎個人經歷：五十三年次，台中東勢人。曾任建中美術社社長、台大吉他社熱門組組長。為瘋狂音樂網創辦人。從事專業編曲十餘年，作品包括：優客李林、范曉萱、高勝美、李翊君、蔡琴…等十餘位歌手，在大陸則製作過鄭鈞、筠子等等歌手。2001年在好友謝宇威等人協助下，以獨特的樂風，用自己的母語--大埔腔的客語為主，發行【嬉哈客】專輯；次年自組公司，並透過自己的網站開始獨立發行自己的第二張客語歌專輯【野放客】，未來也會陸續發行志同道合友人的音樂作品。

◎對近二十年客家音樂定位及市場走向相關問題之答覆：

1. 試談談台灣客家流行音樂發展情形。

答：由演歌風味、福佬早期流行歌風味的「草仔歌」填客家詞，到現在的西洋多元化風格。

2. 試談談台灣客家音樂定位與分類。

答：做音樂從不理定位問題，只是喜歡做什麼就做什麼。

3. 試談談台灣客家音樂從業人員（出版業商、作詞者、作曲者、演唱者）分布於何地？分析何以如此分佈。

答：台灣全省都有，因為到處都有客家人。

4. 試談談對客家流行歌曲市場之看法（利多為何？遭遇的困難？目前的市場滿意度或銷售情形？海外銷售情形？...）。

答：利多常是外人給的，比方說金曲獎對客家歌的肯定；一般客家聽

眾（我想中年以上較多）或大老級的人物對我的歌接受度較低；我想這是目前客家人做音樂會局限在自己的小圈圈中的原因。至於說遇到的困難，目前似乎客家活動多了，但多是大雜燴式的，將各種活動、各種音樂融於一爐，反而無法吸引真正愛好創新流新音樂的人，這樣會讓音樂死掉。就目前市場來看，對獨立製作的客家唱片滿意度蠻高的，但推廣度不高，還需努力。

5. 您認為台灣客家音樂對現代客家人在文化傳承上的影響？

答：音樂是可以突破語言文化藩籬的東西。我承認流行樂較淺薄，但能很快打入另一個族群，一般年輕人的接受度也較快；先讓其接受，再談之後的事。

6. 您認為台灣客家音樂應該採用何種方式（器樂表達、詞曲創作、歌手魅力、宣傳管道...）較易為年輕族群甚至一般大眾接受？

答：多給表演者機會，但不要大雜燴式的活動，而是純流行音樂的活動，才能找到真正的聽眾群或去吸引、開發新的聽眾。

7. 您認為台灣客家音樂未來的發展如何？業商或創作者可朝何方向努力？

答：音樂創作者能為社會帶來希望。客家音樂的發展如何，真的不知道，只是傻傻地去做。希望能多給創作者揮灑的空間，其餘的事交給其他人處理。

8. 您認為台灣客家音樂面臨之出版問題為何？

答：(1)沒市場，主流唱片公司不願意發片，只好DIY自行出版。(2)缺乏發表空間。

9. 您認為政府可在哪些方面協助客家流行音樂發展？

答：(1)多辦純音樂會，要把傳統山歌、流行音樂等各類型音樂分開。(2)鼓勵現有音樂創作者是最重要的，這樣才會有後繼者。(3)協助想做客家音樂的人有發表機會。

(八) 謝宇威先生：威德文化有限公司負責人

◎訪問日期：92年10月19日面訪

◎個人經歷：民國五十八年六月出生在台北的客家人；父母均是桃園新屋的客家人。文化大學美術系畢業。曾任民歌西餐廳、Pub、Piano

Bar 歌手，電台主持人，錄音室和聲，演唱會和聲。本身學美術，後來從事音樂創作，但仍未忘情美術。大學時期玩音樂，不認同時下青年穿皮衣留長髮的美國樂風。當時愛好流行音樂的年輕人都藉著參加全國性歌唱比賽嶄露頭角。八十年以國語、閩南語、客家話、英文混合做了一首歌〈Made in Taiwan〉，得到「青春之星」比賽第一名；一年後以客家話寫了〈問卜歌〉得到第九屆「大學城」第一名。現為歌手，詞曲創作者，美術教師，唱片和聲。九十二年自組公司，開始獨立發行自己及友人的音樂作品。今（九十二）年推出第二張個人專輯【一儕】後，明年的計畫是開畫展、出版新專輯。

◎創作客家歌謠之動機及期許：自覺行事粗枝大葉，性情優柔寡斷。寫的歌曲很民謠且輕快，卻常填著主題相當嚴肅的歌詞。看到市場上缺乏現代的客語歌曲，感覺很不爽，想為客家人出口氣，提昇客語創作歌曲水準，而且讓其他族群能夠一起欣賞，因此開始創作客家歌。在西元 1995-1999 年參與客家電台音樂及行政工作，希望讓客家節目更年輕化；2000-2003 年成立聲世紀網路音樂公司，也是希望為台灣的年輕人提供一個音樂的場地。若客家流行歌曲全用傳統的嗩吶或八音注入現代音樂，是取巧性的利用大家對傳統的感情，反而會使客家邊陲化、造成客家只有山歌的刻板印象，所以希望用最現代的音樂風格來創作客家歌。

◎對近二十年客家音樂定位及市場走向相關問題之答覆：

1. 試談談台灣客家流行音樂發展情形。

答：從西元 1980-2000 年左右，從有唱片的日據時代到 1980 年可稱之為傳統音樂時期。在之後，客家音樂約可分為五個時期：(1)1980-1985 年間，吳盛智【無緣】專輯的出現。(2)1985-1991 年間，桃竹苗客家唱片公司（漢興、龍閣…）相繼出現，以出版台語演歌式的客語歌曲為主。(3)1992-1995 年間，新寶島、蔡孟甫等人的客語歌專輯出版，詞曲及編曲水準用可和主流並駕齊驅。(4)1995-1997 間，寶島客家電台成立時期，推廣客家新音樂，顏志文、陳永洵等客家民謠風歌手出現。(5)2000 年之後，客家電子音樂等多元化曲風出現，仍在崗位上的創作者不斷會有新的作品，更多元化。

2. 試談談台灣客家音樂定位與分類。

答：廣義而言，用客家話演唱的就是客家歌，但文化的演變有時不是人類所能控制的，例如大陸客語已受普通話很大的影響，有時直接將普通話翻成客家話講，甚至直接用普通話演唱客家山歌，這是時代的產物。對文化工作者或創作者來說，希望留住過去美好、有特色的東西，不斷嘗試從傳統中萃取更有族群特色的旋律或味道。像五十年代文光等人演唱的客家歌曲，用當時流行的日本曲或國語曲改寫成客家詞，是當時客家音樂的一個紀錄，所以我們應該用更寬容的態度來對待新的事物。客家唱的韻味和音階是很大的特色，但也不是絕對的。

台灣的客家音樂可以再蓬勃些，也許不一定成為主流，至少依人口比例來看，客家族群應以更包容的態度多支持客家的音樂，因每個族群的音樂都是一種美麗的花朵，互相爭奇鬥豔。創作者永遠對現實不滿足的，所以希望做一些讓生命更充滿色彩的事；希望客家音樂能更現代化，有不一樣的聲音呈現。

3. 試談談台灣客家音樂從業人員（出版業商、作詞者、作曲者、演唱者）分布於何地？分析何以如此分佈。

答：其實台灣很多音樂工作者都是客家人，但是他們並未投入桃竹苗地區的五大唱片公司（嵐雅、漢興、龍閣、吉聲、上發）或自行想法子做客家音樂，主要原因是音樂理念不同，還有就是缺乏利基。感覺上客家歌手蠻投機的，沒有客家心，有好處時才跑出來。早期體制不完備時，根本請不動這些人，現在有了許多客家活動，經費較充足，這些客家藝人全出現了；平時盡心盡力貢獻、知名度較差的工作者這時反被犧牲了。找有知名度的藝人代言，能達到增加觀眾、聽眾或找回客家鄉親的客家心的效果嗎？可能只達到吸引媒體的目的罷了。這也許是達到了一般單位辦活動的要求，但對我們投入客家運動這麼久的人看來，蠻遺憾的。

4. 試談談對客家流行歌曲市場之看法（利多為何？遭遇的困難？目前的市場滿意度或銷售情形？海外銷售情形？...）。

答：在台北工作的客家音樂工作者比較得不到奧援；一般主流市場也認為客家音樂沒市場。從近幾年客家創作者如顏志文、陳永淘、

交工相繼自行發片來看，客家創作歌手目前得靠自行出版，才能做自己想做的音樂。客家目前是台灣四大族群中人數第二多的，歌曲創作的量卻是最少的、能見度也低，這是創作者和市場雙方面的問題。可能創作者還沒做出能讓主流市場接受的好聽的客家歌。目前台灣唱片市場太過僵化及保守，一味的抄襲，流行R&B、RAP，就全是用國語唱的這類型音樂，沒有特色，使台灣本土的音樂創作受到打壓，創作生命都降低了。現在，自行製作音樂比以往容易、網路又是很好的傳媒，在此情形下，獨立出片的音樂工作自然越來越多。像陳永洵或交工自行出版，少了中間商及打廣告的費用，算是客家歌手兩個還算成功的例子。基本上沒什麼利多，目前唯一感受得到的利多，就是客家音樂是長賣型的，成本也較省。

目前主流唱片公司對發行客家歌曲較缺乏興趣，市場當然是最大的考量。客家歌手想打進主流，可能得有相當大的特殊吸引力，而且可能無法出整張，只能放一、兩首客家歌。客家歌想打入主流，成功的條件有二，一得主流唱片公司肯砸大錢來做客家音樂，但成功機率不明確，九成九的老板不會考慮；二是有客家音樂天才出現，做出人人傳誦的歌曲，這種機會目前看來也幾乎沒有。但對我們音樂創作者來說，還是希望能做出超越族群、超越音樂流派的音樂，而且能被大眾接受。

5. 您認為台灣客家音樂對現代客家人在文化傳承上的影響？

答：相當重要。現在聽客家音樂幾乎已斷層，民國七十年以後出生的年輕人幾乎都不聽客家歌。除非用現代的編曲，而且在旋律和演唱各方面相當有主流的水準，否則他們不會來聽客家歌。現在是個重要時刻，若此時不能吸引他們，就會形成很大的斷層。

6. 您認為台灣客家音樂應該採用何種方式（器樂表達、詞曲創作、歌手魅力、宣傳管道...）較易為年輕族群甚至一般大眾接受？

答：要傳達文化應在最自然的狀況下產生，而非利用某種議題或抗爭方式達成。像吃「客家小炒」般，讓客人先受其名號吸引來試吃，試吃後就接受了；不要老打著愛客家就該如何如何，有點強迫要求別人一定要聽客家音樂，反而達不到效果。像佛教裡說的方便

法門，「投其所好」，年輕人喜歡什麼就給什麼，但在當中可以攙一些我們想給的客家文化的東西。

7. 您認為台灣客家音樂未來的發展如何？業商或創作者可朝何方向努力？

答：客家音樂市場是一塊還沒被完全開發的處女地，也許永遠都是沒有完全被開發，有無限的潛力，相對也有無限的危機。我覺得有四個方向可發展客家音樂，「保留傳統、深化、普及化、精緻化」。客家山歌應該就是早期的流行音樂，如果我們現在仍用以往的伴奏或演唱方式，那就變成傳統的部分。山歌的伴奏和歌詞，其實和時代脈絡有密切的結合，所以我認為現代的客家歌要用現代人的共同聽覺經驗來表現。在個人的角度上，我認為如何讓傳統與現代結合，讓一般大眾、甚至是非客家族群都能接受，考驗著創作者的智慧；我正不斷嘗試中，有志者共同努力。

8. 您認為台灣客家音樂面臨之出版問題為何？

答：(1)沒有好的創作者。(2)沒有願意出資的老板。(3)客家鄉親自己都不支持。

9. 您認為政府可在哪些方面協助客家流行音樂發展？

答：(1)經費支援。(2)讓客家歌曲多一些曝光機會。(3)利用獎助或比賽鼓勵青年人創作。(4)在國中小音樂教育中加入客家音樂。

(九) 顏志文先生：山風音樂有限公司負責人

◎訪問日期：92年9月23日面訪

◎個人經歷：屏東縣新埤人，師大美術系畢業，美國 Berklee College of Music 畢業，主修現代編曲及吉他。曾任上揚唱片製作顧問、台北傑構藝術學苑教師、友善的狗唱片公司藝人；八十六年成立「山狗大樂團」；現為山風音樂負責人。曾出版四張客語歌專輯，分別為【係麼人佇介唱山歌】、【山狗大】、【阿樹哥介雜貨店】及【紙鷲】。

◎談個人的音樂之路及作品

在下定決心做音樂之前，我是師大美術系畢業的科班美術老師，改學音樂之後，在美國柏克萊大學的音樂學系拿了現代音樂的學位，我也是音樂的科班出身。

客家村莊裡一定會有的大圳溝、客家義軍起義的步月樓、三合院裡乘涼的廣場，在這些地方發生的戀愛、嬉戲等。種種生活故事，感動也好，悲傷也好，都成了我的創作源頭。

不過，儘管這是我的原鄉，我卻整整繞了十年才回到這個起點。在農家，男孩子學畫畫、音樂被視為不成材的出路，他先是鬧家庭革命北上就讀師大美術系，好不容易考了兩年考上了，卻又不安於位的開始學吉他組團，搞起音樂來。

畢業後我教了幾年美術，可是小時候對音樂快樂的記憶常縈繞不去。我不斷問自己，「要不要放棄這個鐵飯碗！」可是我這個人就是這點奇怪，不想做自己看得到未來的事情。

關於這一點，我一定要感謝我的太太。我的太太是他師大的同學。她不但沒有勸我留下來，反而和我一起存錢出國念書了。

在美國念書的那一段經驗徹底的改變了我對音樂的想法，大老遠來到西方取經，老師卻告訴我：「回去尋找自己最感動的音樂吧！」於是繞了一圈，我又回到客家莊。

一邊作音樂一邊帶孩子，特別值得一提的是，我是一邊尋找客家音樂，一邊帶孩子。我有兩個小孩，他們永遠最先學會我作的客家歌。孩子出生後，為了帶孩子，我和太太辭去所有音樂工作，僅僅在家教琴維生。有時候我也會想給保母帶就好了，何必花自己的時間？可是轉念一想，這是孩子最重要的童年。所以，當侯孝賢找上我做《好男好女》配樂時，我唯一的條件就是要能把孩子帶到錄音室裡去，結果侯導通通答應，使我要拒絕也難。《好男好女》電影製作配樂期間，我找了幾個歌手，結果侯導皆不滿意，後來竟用了我唱的歌，令我驚訝，因為他說我唱的有客家歌曲味道；從此我開始演唱自己創作的客語流行歌。

我現在最快樂的時候就是帶著孩子回到老家去，看著孩子在土地上打滾。這就是我的音樂想表達的東西，不會變的是人對自然土地的親愛。

一般唱片公司，都以銷售量為準，因此我的客語創作歌曲，可說四處碰壁，但仍有唱片公司願意幫我出版，像友善的狗。在友善的狗我出版了三張客語專輯，97'年的【**係麼人佇介唱山歌**】，98'

年的【山狗大】，前一張夾雜著鄉愁懷念，後者則多注入了社會關懷。【阿樹哥的雜貨店】則是一張溫馨生活的童年故事書，絕佳的音樂小品。

◎對近二十年客家音樂定位及市場走向相關問題之答覆：

1. 試談談台灣客家流行音樂發展情形。

答：民國五十年代便有客家流行歌曲，但大部分是由日本歌曲翻唱，再填客家歌詞。客語流行歌的創作，大約是在吳盛智開始，他是第一個大量在主流媒體電視台出現的客家歌手，後來便顯得後繼無力，陳永淘算是目前能在主流媒體與其他歌手一決雌雄的客家歌手。

2. 試談談台灣客家音樂定位與分類。

答：客家流行音樂是指以用客語演唱，詞曲皆有創作者，用現代樂器編曲演奏的音樂，傳統音樂歌詞曲則無作者，用口耳相傳。我出身非常貧窮的客家農家，小時候經常要下田。在困苦的農家生活中最快樂的事就是村裡逢年過節演的採茶戲了。濃妝豔抹的戲子在台上唱山歌、打情罵俏，走遍客家莊。「採茶戲」是客家人獨有的戲曲，也是我對山歌認識的開始。因為客家人來台灣晚，佔到的都是些丘陵，在丘陵地上當然就種茶。所以客家歌就分為「山歌腔」和「採茶腔」兩條路線。「山歌腔」，有如美國黑人的藍調，是在生活中自然產生的一種曲調。比方說，一家人分別在兩個山頭上工作，等到要吃飯了，這個山頭的人就向另一個山頭上喊「喂……」，或是兩群男女打情罵俏。「山歌腔」的特色就是音調高亢，特別是尾音拖得很長。也有固定的調子，像「老山歌」、「山歌仔」、「山歌平板」等等，要唱的時候自己填上詞就可以了，完全是生活中的「實用歌曲」。至於〈採茶腔〉則和現在的流行歌曲類似，也有很多不同的曲子，像〈桃花過渡〉就是一家喻戶曉的採茶歌。

3. 試談談台灣客家音樂從業人員（出版業商、作詞者、作曲者、演唱者）分布於何地？分析何以如此分佈。

答：主要仍是北部較多，二十年前有苗栗吳盛智、涂敏恆，後來有李

貴盛、謝宇威、陳永洵，因為北部人較多，而且歌曲用四縣腔演唱，講四縣腔的人較吃香。

4. 試談談對客家流行歌曲市場之看法（利多為何？遭遇的困難？目前的市場滿意度或銷售情形？海外銷售情形？...）。

答：客家市場較難推展，歌手欠缺。民國八十一年左右，我在台北羅斯福路一帶的唱片行幾乎找不到客家流行唱片，然而卻可以找到原住民的唱片，令我非常震撼，使我有做客家音樂的想法。山狗大是客語特有的字彙，是客語的蜥蜴（台灣珍貴的攀木蜥蜴）也是大人罵小孩調皮搗蛋的話。山狗大樂團，由我任團長於八十六年三月所成立，主要宗旨為推動客家新音樂的創作和傳統歌謠的重新編曲演唱，希望將客家歌謠注入年輕、現代的氣息。五年多來獲得許多的支持和鼓勵，在主流音樂圈掀起不小的漣漪。

西元 1997 年首張專輯由「友善的狗唱片公司」發行，立刻引起廣大的迴響，並獲得音樂人交流協會推薦為當年六月份之最佳專輯暨年度銀牌獎。對客家音樂來說，更屬里程碑之作，成為二十多年來繼吳盛智【無緣】之後，首度進入主流唱片市場之客家專輯，同時開啟了客家新音樂創作風潮的序幕。1999 年 2 月我個人暨樂團各獲得「北美客家公共事物協會」、「全美客家台灣文化基金會」、「北美客家台灣語言文化基金」共同頒發「台灣文化獎」；同年三月，個人第二張專輯【山狗大】入圍金曲獎最佳方言演唱人獎；2000 年 3 月個人第三張專輯【阿樹哥的雜貨店】出版，亦獲得音樂人交流協會最佳推薦專輯。除了個人的音樂受到肯定，「山狗大樂團」在團員們的努力下已是客家新音樂發展上不可或缺的一環。蘊育過多位客家重要創作人（包括陳永洵、謝宇威）。山狗大效應帶動一連串新創作風潮，在唱片界一片蕭瑟聲中，逆境成長，有望成為未來國內音樂界重要的創作質素。

5. 您認為台灣客家音樂對現代客家人在文化傳承上的影響？

答：以適合現代潮流的編曲方式，較易為現代人所接受，用客語演唱，也能讓別的族群學習客家話。所以音樂在客家文化傳承上確有幫助，對族群融合亦有助益。

6. 您認為台灣客家音樂應該採用何種方式（器樂表達、詞曲創作、歌手魅力、宣傳管道...）較易為年輕族群甚至一般大眾嘗試去聽進而喜歡聽？

答：傳統客家山歌音樂的元素，不可丟掉，因為那是客家文化的深層內涵，是客家音樂的根本，傳統音樂元素加上現代的編曲及樂器演奏，應較為年輕人所接受。

7. 您認為台灣客家音樂未來的發展如何？業商或創作者可朝何方向努力？

答：由於客家電視的成立，客家歌曲曝光率較高，且客家活動越來越多，客家歌手表演空間相對較多，未來發展應有很大的潛力。我覺得客家歌曲仍要有客家味，才能耐聽且長久，若無客家味，只流行一段時間，生命力仍然不夠，不要為眼前的利益，要為長久做打算。

8. 您認為台灣客家音樂面臨之出版問題為何？

答：近二十年，隨著客家運動的展開，客家歌曲市場漸漸增加，越來越多唱片出版，但客家歌因市場問題，出版商不敢大投資，大投資常血本無歸，因而一般品質不佳，但也有一些好的作品流傳，如吳盛智的無緣 陳永淘等人的作品。

9. 您認為政府可在哪些方面協助客家流行音樂發展？

答：(1)建立統一的銷售管道。(2)辦更多且深入的活動以推廣客家音樂。(3)結合其他族群的朋友推動新音樂概念。

附錄二：問卷調查題目

一、市場的分析

1. 就您的專業了解，台灣地區民眾聽客家流行歌曲的人口多嗎？
(1) 非常多 (2) 還算多 (3) 普通 (4) 有點少 (5) 非常少
2. 就您的了解，客家流行歌曲的聽眾，以哪一個年齡層最多？
(1) 20 歲以下 (2) 21 至 40 歲 (3) 41 至 60 歲 (4) 61 歲以上 (5) 不知道
3. 就您的了解，客家流行歌曲的聽眾，以哪一種教育程度最多？
(1) 國小及以下 (2) 國中 (3) 高中職 (4) 大專以上 (5) 不知道

4. 就您的了解，客家流行歌曲的聽眾，以哪一個地區最多？
(1) 大台北地區 (2) 桃竹苗地區 (3) 中彰投地區 (4) 雲嘉南地區 (5) 高屏地區 (6) 花東地區 (7) 不知道
5. 就您的了解，目前最受歡迎的客語男歌手是（請列出三位）_____
6. 就您的了解，目前最受歡迎的客語女歌手是（請列出三位）_____
7. 就您的了解，目前最受歡迎的客語演唱團體是_____
8. 就您的了解，目前最受歡迎的客語流行歌曲是（請列出三首）_____
9. 就您的了解，目前最受歡迎的客家唱片是屬於哪一種曲類？
(1) 山歌小調 (2) 戲曲 (3) 流行歌 (4) 八音北管 (5) 其他（請敘明）_____ (6) 不知道

二、經營狀況（請唱片公司人員作答）

10. 就您的了解，目前貴公司出版客家唱片佔所有業務的比例大約是多少？
(1) 20%以下 (2) 21%-40% (3) 41%-60% (4) 61%-80% (5) 81%-100% (6) 不清楚
11. 就您的了解，貴公司客家流行歌曲專輯的銷售情況如何？
(1) 非常好 (2) 還好 (3) 普通 (4) 不好 (5) 非常不好
12. 就您的了解，貴公司銷售客家唱片的管道為何？（可複選，請列出順序）
(1) 一般唱片行 (2) 夜市 (3) 自行販售 (4) 建立託售點 (5) 不知道
13. 就您的了解，貴公司出版的客家流行歌曲專輯，銷售最好的成績是？
(1) 五千張以下 (2) 五千至一萬張 (3) 一萬至二萬張 (4) 二萬至三萬張 (5) 三萬張以上 (6) 不清楚
14. 就您的了解，貴公司銷售的客家流行歌曲專輯業績，對公司的整體營運是否有幫助？
(1) 非常有幫助 (2) 有一點幫助 (3) 差不多 (4) 幫助不大 (5) 完全沒有幫助
15. 您對客家流行歌曲專輯市場的前景看法如何？
(1) 非常看好 (2) 看好 (3) 差不多 (4) 不看好 (5) 非常不看好

三、表演狀況（請製作人、創作者或歌手作答）

16. 就您的了解，客家流行歌手演唱機會多嗎？
(1) 非常多 (2) 多 (3) 普通 (4) 少 (5) 非常少

17. 就您的了解，客家流行歌手演唱的收入多嗎？
 (1) 非常多 (2) 多 (3) 普通 (4) 少 (5) 非常少
18. 就您的了解，客家流行歌曲製作人或創作者的收入多嗎？
 (1) 非常多 (2) 多 (3) 普通 (4) 少 (5) 非常少
19. 您製作、創作或演唱客家流行音樂已經幾年？
 (1) 一年以下 (2) 一年至三年 (3) 三年至五年 (4) 五年至七年 (5) 七年以上
20. 為何參與製作、創作或演唱客家流行音樂？（請簡要列出原因，以三種為限）
-

四、政策評估

21. 就您的了解，你認為目前政府對客家流行音樂重視嗎？
 (1) 非常重視 (2) 重視 (3) 普通 (4) 不重視 (5) 非常不重視
22. 就您的了解，你認為行政院客家委員會自九十年六月成立後，對客家流行歌曲市場有幫助嗎？
 (1) 非常有幫助 (2) 有幫助 (3) 差不多 (4) 幫助不大 (5) 完全沒有幫助
23. 就您的了解，你認為客家電視台自九十二年七月成立後，對客家流行歌曲市場有幫助嗎？
 (1) 非常有幫助 (2) 有幫助 (3) 差不多 (4) 幫助不大 (5) 完全沒有幫助
24. 您認為政府可在哪些方面協助客家流行音樂發展？（請簡要列出，以三種為限）
-

附錄三：問卷調查之答案

一、市場的分析

代號	第一題	第二題	第三題	第四題	第五題	第六題	第七題	第八題	第九題
1	3	3	5	2	陳威、蔡孟甫、謝宇威	劉平芳、魏海珊、邱小玲	硬頸樂團	我是客家人、今夜月光光、千山萬水	3
2	5	2	4	2	陳威、劉劭希、謝宇威	劉平芳、徐薇、彭莉	硬頸樂團	三蕃市咖啡屋、花樹下、家鄉的小河	3
3	剔除	剔除	剔除	剔除	剔除	剔除	剔除	剔除	剔除
4	5	4	1	2	未作答	未作答	未作答	客家本色	1
5	3	2	2	2	陳永洵、劉劭	未作答	硬頸樂團	客家本色、老山歌	3

「近二十年台灣客家流行音樂出版市場之發展與現況」調查研究報告書

					希、謝宇威				
6	5	4	1	2	無	無	無	客家本色	1
7	4	3	1	2	謝宇威、陳永淘	彭莉	交工	客家本色、細妹恁靚	3
8	3	2	3	2	陳永淘、劉劭希	無	山狗大	客家本色	1
9	5	3	1	2	鄧百成	劉平芳	未作答	客家本色、細妹恁靚	3
10	4	4	1	2	不知	不知	不知	客家本色、一條花手巾、家鄉的小河	3
11	剔除	剔除	剔除	剔除	剔除	剔除	剔除	剔除	剔除
12	3	2	6	1	顏志文、劉劭希、謝宇威	劉平芳、彭月春、陳淑芳	山狗大	客家本色、細妹恁靚、皇天不負苦心人	3
13	5	3	2	1	羅國禮、林生祥	林子雯、李秋霞	硬頸樂團	黑白電影、如煙的往事、記得介年寒天	3
14	3	3	3	2	謝宇威、鄧百成、徐木珍	劉平芳、魏海珊、李秋霞	硬頸樂團	客家本色、細妹恁靚、我是你的人	3
15	3	3	5	2	羅國禮	李秋霞、林子雯	硬頸樂團	記得介年寒天、飄洋過海介思念、做人要知足	1
16	5	3	3	2	陳永淘	林子雯	硬頸樂團	飄洋過海介思念	1
17	4	3	3	2	羅國禮、陳永淘、何易峰	李秋霞、林子雯、劉平芳	硬頸樂團	飄洋過海介思念、天空又落水、黑白電影	1
18	5	3	3	2	羅國禮、鄧百成、何易峰	李秋霞、林子雯、吳川鈴	硬頸樂團	飄洋過海介思念、半塊排骨、黑白電影	1
19	5	3	5	2	羅國禮	未作答	硬頸樂團	飄洋過海介思念、如煙的往事、將就	無效(2、3)
20	1	1	2	2	陳永淘、劉劭希、謝宇威	劉平芳、彭月春	交工、山狗大、謝宇威	客家本色、細妹恁靚	3
21	5	6	5	2	陳永淘、林生祥、謝宇威	不知	交工	很難選	1
22	5	3	5	2	羅時豐、陳永淘、林生祥、謝宇威	劉平芳、陳淑芳	交工	客家本色、細妹恁靚、頭擺的事情	1
23	4	3	5	2	陳永淘、林生祥、謝宇威	劉平芳	交工	客家本色	3
24	4	3	5	2	很難評估	不知	很難評估	很難評估	1
25	3	2	3	1	梁煥波、謝宇威、游兆棋	李秋霞、陳淑芳、劉平芳	何易峰	感恩的目汁、匆匆一場空、想到??就驚	無效(1、3)
26	3	3	2	2	林煥奇、何易峰、游兆棋	陳淑芳、劉平芳、劉秀暉	陳永淘	南庄細妹、客家本色、感恩的目汁	3
27	3	3	2	2	古重禮、何易峰、陳威	徐子晏、劉平芳、劉秀暉	陳秀敏、何易峰	莫想他、蒼天作弄人、相思苦問蒼天	1

「近二十年台灣客家流行音樂出版市場之發展與現況」調查研究報告書

28	3	3	2	5	林展逸、劉劭希、謝宇威	彭莉、陳淑芳、劉平芳	劉劭希	我是你的人、英雄淚、客家本色	3
29	4	3	2	2	陳永洵、劉劭希、謝宇威	劉平芳、徐子晏、王羽馨	硬頸樂團	觀音像、細妹恁靚、客家本色	3
30	4	3	2	2	陳威、陳永洵、林展逸	劉平芳、李秋霞、劉秀暉	山狗大	客家本色、皇天不負苦心人、一支擔竿	2
31	2	3	3	2	陳威、何易峰、林展逸	陳淑芳、曾桂英、劉秀暉	硬頸樂團	愛情半燒冷、觀音像、客家本色	3
32	3	3	3	2	陳威、謝宇威、林生祥	李秋霞、姜雲玉、徐子晏	交工	客家本色、一支擔竿、皇天不負苦心人	3
33	3	3	2	2	謝宇威、林展逸、古重禮	劉平芳、陳淑芳、李秋霞	硬頸樂團	客家本色、又係黃昏時、山下戀情	3
34	3	3	2	2	林展逸、鄧百成、古重禮	劉平芳、陳淑芳、劉秀暉	無	觀音像、客家本色、我是你的人	1
35	4	3	2	2	陳永洵、何易峰、游兆棋	陳淑芳、劉平芳、李秋霞	交工	客家本色、紅梅、皇天不負苦心人	無效(1、3)
36	3	3	3	2	謝宇威、劉劭希、何易峰	陳淑芳、王孝君、邱金燕	劉劭希	客家本色、後生來打拚、將舊的皮箱	無效(1、3)
37	3	3	3	2	謝宇威、劉劭希、顏志文	劉平芳、彭莉、彭月春	交工	我是你的人、客家本色、燒細妹	無效(1、3)
38	3	3	2	2	謝宇威、游兆棋、何易峰	劉平芳、陳淑芳、劉秀暉	陳秀敏合唱團	春風傳情、摘茶細妹、蒼天作弄人	3
39	2	3	3	無效(1、2)	謝宇威、劉劭希、何易峰	劉平芳、彭莉、劉秀暉	硬頸樂團	客家本色、一領蓬線衫、皇天不負苦心人	1
40	4	2	4	2	謝宇威、劉劭希、游兆棋	劉平芳、徐子晏、陳淑芳	顏志文	細妹恁靚、客家本色、皇天不負苦心人	1
41	2	3	5	1	謝宇威、劉劭希、何易峰	劉平芳、彭莉、陳盈潔	顏志文	阿樹哥的雜貨店、又是黃昏時、初戀的時節	3
42	3	3	2	2	林展逸、劉劭希、陳威	劉平芳、彭月春、劉秀暉	硬頸樂團	客家本色、人生一盤棋、約定	3
43	3	3	2	2	何易峰、林展逸、硬頸樂團	劉平芳、陳淑芳、劉秀暉	硬頸樂團	我是你的人、客家本色、一支擔竿	無效(1、3)
44	2	3	5	2	林展逸、劉劭希、游兆棋	劉平芳、陳淑芳、彭莉	交工	客家本色、南庄細妹、皇天不負苦心人	4
45	4	3	3	2	鄧百成	陳淑芳、王羽馨、王孝君	交工	客家本色、皇天不負苦心人、匆匆一	3

									場空	
46	4	4	2	無效 (2、5)	陳永洵、林生祥、劉劭希	彭月春、劉平芳、李秋霞	交工		好男好女反水庫、客家本色、一支擔竿	1
47	2	3	2	2	何易峰、梁煥波、劉劭希	陳淑芳、王羽馨、劉秀暉	硬頸樂團		客家本色、皇天不負苦心人、我是你的人	3
48	2	2	3	2	陳威、謝宇威、鄧百成	劉平芳、徐子晏、陳淑芳	何易峰		異鄉客、客家本色、一支擔竿	無效(1、3)
49	4	3	3	2	顏志文、交工、劉劭希	李秋霞、劉平芳、劉秀暉	交工		我是你的人、一條花手巾、一支擔竿	無效(1、3)
50	3	4	1	2	林展逸	不知	不知	不知	不知	3
51	3	3	5	1	不知	不知	不知	不知	細妹恁靚	6
52	4	5	5	7	拒答	劉平芳	硬頸樂團	不知	不知	6
53	5	5	4	2	顏志文、陳永洵、林生祥	劉平芳、姜雲玉	山狗大		客家本色、哇教你唱山歌	6
54	4	4	4	2	顏志文、陳永洵、林生祥	姜雲玉	山狗大		吾教你唱山歌	6
55	5	2	6	2	謝宇威、劉劭希、陳永洵	劉平芳	硬頸樂團	不知	不知	1

二、經營狀況（請唱片公司人員作答）

代號	第十題	第十一題	第十二題	第十三題	第十四題	第十五題
1	免答	免答	免答	免答	免答	免答
2	3	4	3	6	4	2
3	剔除	剔除	剔除	剔除	剔除	剔除
4	免答	免答	免答	免答	免答	免答
5	1	3	4	6	2	3
6	1	5	3	1	5	5
7	1	4	3	1	4	4
8	2	4	3	1	4	4
9	6	4	3	1	4	4
10	免答	免答	免答	免答	免答	免答
11	剔除	剔除	剔除	剔除	剔除	剔除
12	3	2	1、3、4	3	2	2
13	2	4	1、3	4	4	4
14	1	4	1、4	3	3	2

「近二十年台灣客家流行音樂出版市場之發展與現況」調查研究報告書

15	2	4	1	1	5	4
16	未作答	未作答	未作答	未作答	未作答	未作答
17	1	5	1、2、3	5	4	未作答
18	未作答	未作答	未作答	未作答	未作答	未作答
19	未作答	2	1	5	3	未作答
20	未作答	未作答	未作答	未作答	未作答	未作答
21	5	3	1、3、4	4	1	2
22	5	3	1、3、4	4	1	2
23	5	3	1、3、4	4	1	3
24	未作答	未作答	未作答	未作答	未作答	未作答
25	6	3	1、3、4	6	2	2
26	6	2	1	6	2	2
27	6	3	3、4	6	2	2
28	6	4	3、4	2	2	1
29	6	5	3、4	5	2	2
30	6	4	3、4	3	4	3
31	6	3	1、2、3、4	4	2	1
32	6	3	1	3	2	2
33	6	3	4	1	2	2
34	6	3	4	3	1	3
35	2	3	3	1	1	1
36	2	3	1、2、3	1	3	2
37	6	3	2、3	6	3	2
38	6	3	2、3、4	6	1	2
39	4	2	1、2、3、4	2	1	1
40	2	3	2、4	1	3	3
41	6	4	3	6	2	2
42	6	3	2、3	6	2	1
43	6	3	1、2、3、4	1	1	2
44	4	1	1	3	2	1
45	3	3	2、3	2	1	1
46	6	3	1、3、4	5	1	2
47	6	3	1、3	6	2	2
48	6	3	1、3、4	1	2	3
49	6	4	1、3	4	1	1
50	5	3	4	2	5	2
51	免答	免答	免答	免答	免答	免答
52	免答	免答	免答	免答	免答	免答
53	1	4	1、3、4	1	4	4
54	未作答	3	4	未作答	4	4
55	3	2	2、3	2	1	2

三、表演狀況（請製作人、創作者或歌手作答）

代號	第十六題	第十七題	第十八題	第十九題	第二十題
1	未作答	未作答	未作答	未作答	未作答
2	4	5	5	1	A 救客家
3	剔除	剔除	剔除	剔除	剔除
4	未作答	未作答	未作答	未作答	未作答
5	3	3	3	1	A 緣分
6	5	5	5	1	A 姑且一試
7	4	4	4	3	A 想做不一樣的東西
8	3	3	3	2	A 朋友介紹
9	4	4	4	1	未作答
10	4	4	4	1	A 家長鼓勵
11	剔除	剔除	剔除	剔除	剔除
12	4	5	4	4	A 發展潛力大 B 自己的母語為主
13	4	4	4	5	A 我是客家人
14	4	4	5	5	A 為文化傳承
15	未作答	未作答	未作答	未作答	未作答
16	5	5	5	4	A 我是客家人
17	5	5	5	4	A 為文化傳承
18	5	5	5	4	A 興趣
19	未作答	5	5	未作答	未作答
20	未作答	未作答	未作答	5	A 延續客家 B 增進族群互相瞭解 C 語韻優美具特色
21	未作答	未作答	未作答	未作答	未作答
22	3	4	4	4	A 重建族群文化 B 挽救母語 C 沒有歌謠民族會很快消失
23	未作答	未作答	未作答	未作答	未作答
24	3	4	4	4	A 回歸客家、回歸童年、回歸大地
25	3	4	4	3	A 有時間跟興趣 B 本身是客家人 C 母語
26	4	4	5	5	A 母語 B 傳承客家文化 C 好聽
27	4	5	5	5	A 興趣 B 好聽 C 傳承文化
28	5	5	5	5	A 興趣 B 好聽 C 客家的硬頸精神
29	4	4	5	5	A 工作 B 興趣 C 本身是客家人
30	4	4	5	5	A 朋友介紹 B 興趣 C 推廣客語創新歌曲
31	3	4	4	5	A 延續文化 B 母語保存 C 本身是客家人
32	4	4	5	5	A 興趣 B 傳承 C 發揚客家文化
33	4	4	5	3	A 興趣 B 傳承文化 C 母語
34	3	4	5	5	A 朋友介紹 B 興趣
35	3	4	5	2	A 不同文化 B 本土感覺 C 新鮮
36	4	4	5	1	A 興趣 B 本身是客家人 C 喜歡唱歌

「近二十年台灣客家流行音樂出版市場之發展與現況」調查研究報告書

37	4	5	4	2	A 本身是客家人 B 母語 C 比較少人會
38	4	4	5	5	A 從小耳濡目染 B 本身是客家人 C 喜歡唱歌
39	5	5	5	5	A 責任 B 傳承 C 喜歡創作
40	3	4	4	5	A 工作 B 興趣
41	4	4	5	5	A 好聽 B 客家文化傳承 C 本身是客家人
42	3	4	5	5	A 親切 B 客家文化傳承 C 本身是客家人
43	4	4	5	2	A 因比賽而接觸 B 客家文化傳承 C 本身是客家人
44	4	4	5	未作答	未作答
45	5	5	5	4	A 興趣 B 現代感 C 通俗
46	3	3	4	5	A 發揚客家文化 B 客家傳承 C 母語
47	3	3	5	5	A 興趣 B 傳承 C 本身是客家人
48	3	3	4	5	A 工作 B 朋友介紹 C 傳承
49	3	4	4	5	A 有興趣 B 母語 C 朋友介紹
50	5	5	5	5	A 從拍攝客家影像入行
51	5	5	5	4	A 文化傳承
52	3	3	3	5	A 喜歡音樂創作, 拿不同語言做素材 B 有點使命感
53	3	4	4	5	A 對客家的情感 B 優良的創作素材 C 硬頸精神
54	未作答	未作答	未作答	5	未作答
55	4	4	4	5	A 本身是客家人 B 喜歡音樂創作

四、政策評估

代號	廿一題	廿二題	廿三題	廿四題
1	3	3	2	A 客家電視台、廣播電台定期舉辦客家流行音樂比賽
2	4	4	2	A 結合知名客籍歌手製作流行歌曲 B 專案補助唱片 C 少搞意識型態
3	剔除	剔除	剔除	剔除
4	4	3	2	A 多鼓勵
5	4	3	2	A 培育人才 B 舉辦比賽
6	5	5	5	A 補助
7	4	4	2	A 政策輔助 B 辦創作比賽 C 結合知名製作人發掘人才
8	3	3	3	A 獎助措施
9	4	4	4	A 政府支持 B 多補助經費
10	4	3	2	A 多點經費
11	剔除	剔除	剔除	剔除
12	3	2	2	A 辦比賽 B 辦演唱會
13	4	2	2	A 開放媒體空間

「近二十年台灣客家流行音樂出版市場之發展與現況」調查研究報告書

14	4	4	4	A 推廣出版品
15	4	4	4	A 政府出資巡迴演唱 B 客家地區的國高中播放客家歌曲 C 歌唱比賽
16	5	4	4	A 多辦演唱會 B 政府活動多邀請客家歌手
17	3	4	4	A 多演唱機會 B 多辦比賽
18	5	5	5	A 多辦活動 B 多提供經費 C 多肯定工作人員
19	3	3	3	未作答
20	2	1	1	A 客家歌曲多多曝光機會 B 鼓勵青年人創作 C 國中小音樂教育
21	4	2	2	A 鼓勵創作 B 多點表演機會
22	4	2	2	A 好作品列入鄉土教材 B 舉辦比賽 C 鼓勵高中設立客家社團，協助推廣
23	3	2	2	鼓勵青少年創作
24	3	2	2	重視族群
25	4	4	2	A 經費太少 B 多點表演機會 C 年輕歌手表現機會太少
26	3	3	3	A 經費太少 B 多點表演機會 C 讓歌手展現才能
27	3	4	2	A 經費太少 B 多點表演機會 C 表演內容多元化
28	4	2	2	A 經費太少 B 多點表演機會 C 多給山歌班參與機會
29	2	2	2	A 多點表演空間 B 經費太少 C 電視綜藝節目太少
30	3	4	4	A 多點比賽 B 多與客家歌手聯繫參加活動 C 下鄉推廣
31	3	4	4	A 增加表演空間 B 全面推廣客語流行曲 C 保障詞曲創作人權益
32	2	2	2	A 落實基本教育 B 推廣母語 C 增加演出機會
33	3	2	3	A 演出機會少 B 經費不足
34	4	5	3	A 經費不足 B 多表演空間 C 鼓勵出版
35	3	2	2	A 鼓勵作客家歌曲 B 多辦活動帶動市場 C 鼓勵歌手多辦比賽
36	2	2	2	A 經費不足 B 多辦歌唱比賽 C 上電視
37	3	2	3	A 保障客家藝人生存空間 B 表演費用和智財權保障 C 登上主流媒體
38	2	2	2	A 評審在電視節目中多點變換 B 活動多辦山歌班老師參與 C 增加經費
39	1	2	1	A 能登上主流媒體 B 經費太少
40	3	2	4	A 找專業人士來創作 B 節目需精緻化 C 經費太少
41	3	2	2	A 多舞台表演 B 多辦活動 C 多些演唱歌曲的節目
42	4	2	3	A 多宣傳 B 多辦活動 C 經費多些
43	3	1	2	A 幫忙促銷 B 多辦活動 C 希望有機會參與電視演出
44	4	2	2	A 辦歌唱大賽 B 電視節目 C 下鄉瞭解

「近二十年台灣客家流行音樂出版市場之發展與現況」調查研究報告書

45	1	1	1	A 廣播電視 B 出版 C 演唱會
46	2	1	1	未作答
47	2	1	1	A 多辦活動 B 多提供表演機會 C 多提供機會給山歌班
48	3	2	2	A 推動民間社團參與 B 多表演機會 C 經費要用在表演者身上
49	4	2	1	A 多表演機會 B 經費要用公平
50	2	4	4	無法可幫
51	5	5	未作答	A 舉辦文化音樂節之類的活動 B 行銷管道建立 C 經費補助
52	3	2	4	A 經費補助或贊助 B 宣傳
53	2	4	4	A 建立統一的銷售管道 B 更多且深入的活動 C 結合其他族群推動新音樂概念
54	2	3	4	未作答
55	4	2	2	A 多辦純音樂會，少辦大雜燴式的晚會，才能吸引音樂愛好者

附錄四：受訪唱片公司提供之產品目錄--計有上發、嵐雅、漢興、龍閣四家