



台灣嘻哈崛起 下一步呢？

記者 李育陞 報導

2020/05/31

從九零年代的L.A. Boyz開始，到千禧年後的參劈、熱狗、大支等嘻哈前輩在台灣開闢疆土，近年可以說是嘻哈音樂在台灣開花結果之時。嘻哈類型的音樂開始攻佔排行榜，無數的嘻哈新血相繼加入產業內揮灑天賦跟熱情，甚至在2019年的金曲獎，來自台灣本土嘻哈大廠顏社的Leo王，舉起了屬於最佳男歌手的獎盃，正式宣布台灣嘻哈音樂的崛起。





Leo王獲得第30屆金曲獎最佳國語男歌手。（圖片來源 / 臉書）

台灣嘻哈簡史

要提到台灣嘻哈崛起，必須先從台灣嘻哈的歷史開始說起，1991年L.A. Boyz成立，在五燈獎節目上第一次向大眾展現嘻哈的模樣。因為他們的迅速走紅，嘻哈文化可說是席捲了台灣的次文化圈。在當時，台北的東區跟西門町到處可見穿著鮮豔，搭配垮褲板鞋的年輕人。雖然L.A. Boyz在1997年解散，卻替台灣的嘻哈產業埋下了一顆種子。

2000年，台灣的嘻哈團體如野草般迅速滋生，可說是台灣嘻哈的中古時期。傳說中的MasterU嘻哈討論版誕生，而嘻哈學院派的搖籃台大嘻研社也在當時被創立。而在那個年代，夜店開始在台灣盛行，也讓這些嘻哈音樂人及團體有了表演的舞台。在今天我們所提到的嘻哈大前輩，如熱狗、頑童、大支等，多半是這個時期初試啼聲。

然而那個年代，網路開始崛起，音樂產業受到了一波強力的衝擊。隨著替熱狗發片的魔岩唱片在2002年正式解散，其餘主流大廠也紛紛因為資源、經驗等限制，開始對投資嘻哈音樂轉趨保守，導致嘻哈音樂人的作品難以曝光於主流的市場中，快速地進入了發展的黑暗期。

雖說產業限制了嘻哈音樂的發展，然而現在說來樂迷都耳熟能詳的嘻哈廠牌們，幾乎都是在當時建立的。2003年大支建立了人人有功練，2004年黃靜波與歌手張震嶽共同創立本色音樂，2005年迪拉胖創立顏社。在那最黑暗、最艱困的時期，依然有熱愛嘻哈音樂的一群人聚集在一起，在非主流的地下音樂界努力的發著光。



國立交通大學機構典藏系統版權所有 Produced by IR@NCTU



大支成立人人有功練，成員眾多，為嘻哈南霸天。（圖片來源／臉書）

2005年中，一個名為《Street Voice》網站上線了。少了實體舞台與主流平台發揮的嘻哈音樂人們彷彿找到了出口，一股腦的把硬碟中的壓箱底通通上傳到這個網站上。頓時，《Street Voice》上彷彿迎來戰國時代，每個饒舌歌手都為了爭奪排名第一而瘋狂上傳自己的音樂作品。而正是在那個時候，強勢霸佔嘻哈饒舌排行冠軍近一整年的蛋堡，真正的被當時的嘻哈迷們看見。

2009年到2013年，可以說是舊世代厚積薄發，新生世代初露鋒芒的時代。2009年，蛋堡靠著《Winter Sweet》專輯獲得金曲獎最佳新人提名；2012年，大支睽違九年的第二張專輯《人》更被提名了金曲獎的最佳專輯。靠著金曲獎的大舞台，嘻哈音樂逐漸被主流音樂的大眾所注意。而2013年，第一次的Diss：RBL（回合制的饒舌對戰比賽）比賽於台北新生高架橋下舉辦，來自台大嘻哈研究社的熊仔與BR橫空出世。如今在樂壇上有名的嘻哈中生代們，便是從那時開始出現，而嘻哈音樂逐漸不再只屬於次文化，越來越能被主流市場所接受。

2016跟2017年是影響台灣嘻哈音樂非常重要的兩年。在2016年，第27屆金曲獎頒獎典禮上，頑童與玖壹壹出現在表演者列表，在最主流的樂壇盛事中為大眾展現嘻哈的魅力。而熊仔的《無限》專輯更是入圍了當屆的最佳國語專輯，是繼熱狗與大支之後，第三個受到主流音樂大獎肯定的嘻哈音樂人。

而在2017年，第一屆的《中國有嘻哈》節目播出，大經費的製作與充滿話題性的節目效果，瞬間在台灣颳起了一陣嘻哈旋風。一夕之間，嘻哈突然成為了最主流的曲風，YouTube上的發燒影片全都是節目片段，網路上也充斥著跟節目內容相關的梗，原屬於T.G.M.E廠牌的B.C.W更因為參加比賽而被環球音樂相中，簽下了簽約金高達8位數字的合約。

2017年後新生代如雨後春筍般一個個出現，嘻哈表演專場也一場場的開，嘻哈音樂開始有了巨大的商業價值。運動鞋大廠NIKE更為慶祝旗下經典鞋款Air Force發表35周年，特別邀請多位台灣嘻哈音樂人合作〈走到飛〉單曲。自此嘻哈音樂強硬地打入了主流音樂市場，成為了樂壇中不可忽視的一股強大力量。

台灣嘻哈目前的問題？

雖說嘻哈在近年來終於得到了應有的重視與地位，然而實際上卻依然存在著許多的問題。

首先，嘻哈打入主流音樂，但除了所謂的商業型嘻哈歌手（如頑童、熱狗、高爾宣等），大多數的嘻哈音樂都還困在自己的小圈圈中，甚至被困在地下音樂中。這個狀況跟饒舌的本質有很大的關係，由於饒舌注重的是詞的編排以及律動，因此在音樂性上就經常會有所犧牲，所以說除非副歌寫得非常抓耳，通常還是難以被主流市場所接受。而商業型歌手會為了市場做出調整，比如說將鼓點及Bass做的比較不那麼重，旋律性會有所增加，以及在歌曲的主題會更迎合市場喜好，例如愛情與派對等。在這個狀況下，資金的多寡分配變的非常懸殊，那些被嘻哈樂迷稱為「不real」的商業性作品占去了大多數的資源，而使的更為純正的嘻哈音樂難以發揮。



2017年兄弟本色於小巨蛋開唱，門票快速完售。圖中由左至右依序為
Esso、小春、熱狗、大淵、張震嶽。（圖片來源 / 臉書）

再來要提到的是網路，他可以說是一把雙面刃。網路平台如《Street Voice》與YouTube的普及，使嘻哈音樂人能有非常方便的管道讓大眾看見他們的作品，而年輕的新血也能藉由網路上的眾多資源，非常容易的獲得踏入業界所需要的知識。但是，過多的新人出現，使得所謂饒舌歌手如過江之鯽，反而分散掉了聽眾的注意力，剛加入產業的新血不像以往一般，只要在嘻哈比賽中獲得好表現就能輕易被聽眾所記住。另外，由於網路的發達，把樂迷的胃口慣壞了，他們開始追求更為精緻的內容，要足夠完整的作品才能夠吸引他們的注意力。因此新踏入此行業的饒舌歌手們需要花費更多的力氣，不斷丟出高品質的作品才能得到關注。

然而在還未獲取一定的關注度，使得自己有機會被音樂廠牌簽約前，有許多饒舌歌手只能藉著零星的表演或打工來賺取生活費，而要做出令現代聽眾滿意的音樂作品又需要耗費許多金錢與精力。因此可以說追夢的門檻變得比以前簡單許多，但要成功卻又無比困難。

嘻哈崛起 然後呢？

台灣嘻哈的前景依然看漲，有許多充滿天賦的音樂人在這個產業內不斷打拼。然而在網路發達的如今，話題性以及流量的重要性已經不亞於作品內容是否優質，行銷成為了饒舌歌手們的新課題。

要做出足夠的市場區隔，走自己的路線，發展出獨特但又能被市場接受的風格，是如今的嘻哈音樂人需要去考慮的。他們沒辦法再只討好一部份的樂迷，而是需要在傳遞創作理念的同時，思考讓更多的人去接受自己的作品。

關鍵字：嘻哈、台灣音樂、饒舌、嘻哈崛起、金曲獎

縮圖來源：[臉書](#)



記者 李育陞



編輯 王冠云