

## 參考文獻

### 一、中文資料

Attali. J.著，宋素鳳、翁桂堂譯，《噪音：音樂的政治經濟學》，台北：時報，1995。

Bocock. R.著，張君玫、黃鵬仁譯，《消費》，台北：句流，1995。

eBoss，《手機圖鈴下載點燃增值服務新商機》，第2期，頁56-61，2004。

O'Sullivan, Tim 等人編，楊祖珺譯，《傳播及文化研究主要概念》，台北：遠流，1997。

Merriden, T.著，蔡文英譯，《媒體新勢力》，台北：商智文化，2001。

Picard. Robert. 著，馮建三譯，《媒介經濟學》，台北：遠流，1994。

Porter, M.著，李明軒、邱如美譯，《競爭優勢上》，台北：天下遠見，2001。

---著，李明軒、邱如美譯，《國家競爭優勢上》，台北：天下遠見，2002。

Shapiro, Carl & Hal R. Varian 著，張美惠譯，《資訊經營法則》，台北：時報，1999。

今週刊，〈新好樂迪 充滿「錢」景〉，《今週刊》，第330期，2003。

王盈勛，《白話數位經濟》，台北：藍鯨，2001。

王家慶，《從符號學詮釋批判台灣的流行音樂文化》，成功大學藝術研究所碩士論文，1995。

王英裕，《全球整編與本土共謀：台灣流行音樂工業轉變之政經分析》，中正大學電訊傳播研究所碩士論文，1999。

王佩華，《環境與組織因素對產品多樣性的影響：以台灣地區國語流行音樂市場為例》，交通大學傳播研究所碩士論文，1999。

王祖壽，〈華納北京大會師站上灘頭爭龍頭：國際五大唱片搶攻華語音樂市場，新力百代 對岸對打 不是省油的燈 滾石也曾呼風喚雨〉，《民生報》，2003/10/27。

田瑜萍，〈同樣表演 對岸酬勞高出台灣 10 倍〉，《中國時報》，2004/6/14。

池蓁祥，《台灣唱片事業國際化之研究》，台灣大學國際企業學研究所碩士論文，1996。

江明修，〈社會科學多重典範的爭辯：試論質與量方法的整合〉，《政治大學學報》，第 64 期，頁 315-39，1992。

江明珊，《聽 MP3，何罪之有？—台灣數位音樂科技、法律與流行音樂工業之角力的開戰》，成功大學藝術研究所碩士論文，2002。

江逸之，〈唱片 變臉求生〉，《遠見雜誌》，第 218 期，2004。

李瑞斌，〈民國九十一年有聲出版業概況〉，《中華民國九十二年出版年鑑》，台北：新聞局，頁 129-151，2003。

---，〈民國九十二年唱片產業概況〉，《中華民國九十三年出版年鑑》台北：新聞局，頁 125-142，2004。

李岳奇，《流行樂壇最前線》，台北：遠流，1996。

---，〈唱片業的核心競爭力與 E 化轉型〉，《中華民國九十年出版年鑑》，台北：新聞局，頁 163-170，2001。

李逸歡，《台灣流行音樂行銷策略之研究》，世新大學傳播研究所碩士論文，2000。

李天鐸，〈跨國媒體與華語流行音樂的政治經濟分析〉，《當代》，第 125 期，頁 54-71，1998。

---，《全球化競爭的文化創意產業：台灣影音媒體發展的策略與定位》，台北行政院新聞局與經濟部工業局專案補助研究計劃，2003。

李采洪、姚惠珍，〈不能嫌我貴就來偷！專訪滾石國際總經理段鍾潭〉，《商業週刊》，第 866 期，頁 44-52，2004。

何東洪與張釗維，〈戰後台灣「國語唱片工業」與音樂文化的發展軌跡-一個徵兆性的考察〉，張笠雲編，《文化產業：文化生產的結構分析》，台北：遠流，頁 149-224，2000。

- 何英煒，〈唱片、消費者、線上業者三贏 線上音樂商店萌芽〉，《工商時報》，2004/8/18。
- 吳正忠，〈金玉其外，曲終人散：1994 年台灣流行音樂工業的回顧〉，《非古典》，第 12 期，1995。
- 吳佳珍，〈台灣流行音樂產業價值鏈的轉變：去中心性、創作與消費意識的抬頭〉，發表於「中華傳播學會 2003 年會」，新竹：交通大學傳播研究所，2003。
- 吳嵩浩，〈高振彥打造華人 3C 王座〉，《時報週刊》，第 1330 期，2003。
- 吳向前、李欣岳，〈iPod 風暴，徹底研究〉，《數位時代雙週》，第 101 期，頁 60-81，2005。
- 花建，《文化+創意=財富》，台北：帝國文化，2003。
- 林怡伶，《流行音樂產製之研究》，政治大學新聞研究所碩士論文，1995。
- 林欣宜，《當代台灣音樂工業產銷結構分析》，元智大學資訊研究所資訊傳播組碩士論文，1999。
- 林茂仁，〈音樂下載網站「錢」聲悠揚〉，《聯合報》，2004/4/13。
- 林佳宏，〈滾石護盤急電績優股〉，《自由時報》，2004/6/17。
- 林富美、周餘靖與李玉馨，〈影子行銷對歌手勞動商品的影響〉，收錄於《傳播管理發展與趨勢學術研討會論文集》，台北：世新大學傳播管理學系，2004。
- 季欣麟，〈宣傳不等待，上華熱賣現象〉，《遠見》，第 135 期，頁 84-89，1997。
- 周倩漪，〈從王菲到菲迷－流行音樂偶像崇拜中性別主體的博成〉，《新聞學研究》，第 56 期，頁 105-134，1998。
- 周昭平，《台灣唱片公司華語流行歌曲產製策略研究：滾石國際與新力音樂的個案比較》，中山大學傳播管理研究所，1999。
- 周昭平，〈華語地區市場中跨國與獨立唱片公司的產製策略比較分析〉，《中山管理評論》，第 9 卷第 4 期，頁 567-593，2001。

周建輝，《打造》，台北：皇冠，2004。

姜玉景、王中言與朱立群，〈華人唱片市場，在我們手裡：以台灣目前引導潮流之優勢，  
前瞻 2000 年，業者預期前景樂觀〉，《民生報》，1996/6/19。

姜玉景、施心媛，〈台灣王牌音樂人 一起向西看〉，《民生報》，2002/2/21。

姜玉景，〈陶吉吉不當俠客 要換新東家了〉，《民生報》，2003/1/17。

姜玉景、朱立群、葉嫦芬，〈唱片業硬撐苦撐真要命！怎保命？往年總營業額 120 億  
去年只剩 40 億 維京前進大陸 華研轉型成功 有魚沒盈餘公司解散〉，《民生報》，  
2004/06/17。

洪士峰，〈馬宜中：鼓動情緒，創造魅力〉，《CHEERS》，第三期，2000。

翁嘉銘，〈台灣流行音樂前路大陸-兩岸流行音樂的困境及新機〉，《中華民國九十二  
年出版年鑑》，台北：新聞局，頁 152-157，2003。

徐秀美，〈滾石和中國電信 簽訂合作〉，《工商時報》，2004/8/27。

郭崇倫，〈吻住華語流行音樂一片天，從張學友港台發燒看華語歌壇的遠景、〈台灣與  
亞洲零距離：能在台北受歡迎就能在亞洲華語區域受歡迎〉、〈大陸與盜版沒距離：  
台港歌星的曲子只有五分之一合法，唱片公司每年損失美  
金三十億元〉，《中國時報》，1994/5/24。

郭良文與林素甘，〈質化與量化研究方法之比較分析〉，《資訊傳播與圖書館學》，第  
7 期第 4 卷，頁 1-13，2001。

陳泓銘，《臺灣唱片業難過的千禧關卡》，台灣大學新聞研究所碩士論文，2000。

陳秀惠，《音樂產業價值創造系統演進之研究》，政治大學企業管理研究所碩士論文，  
2001。

陳樂融，〈華語流行音樂之都的優勢與挑戰〉，《民國九十一年出版年鑑》，台北：新  
聞局，頁 144-146，2002。

陳穎柔，〈音樂網站強力促銷 麥當勞 百事可樂成合作對象〉，《工商時報》，2003/11/11。

郭威君，《台灣流行音樂唱片產業未來在何方》，台灣大學新聞研究所碩士論文，2003。

梁秀雯，〈唱片工業數位內容與數位應用平台匯流之經營管理變革〉，收錄於《傳播管理發展與趨勢學術研討會論文集》，台北：世新大學傳播管理學系，2004。

梁岱琦，〈美國淘兒 宣告破產〉，《聯合晚報》，2004/02/06。

梁玉芳、于國華，〈水晶唱片任將達：自來水式音樂時代來臨〉，《聯合報》，2004/5/3。

曹明正，〈KKBOX 滿足 40 萬 對耳朵〉，《星報》，2004/09/01。

康世人，〈新加坡金曲獎 台灣歌手抱走逾半獎座〉，《中央社》，2004/9/11。

許秀惠，〈KTV 商機爭霸戰：好樂迪、錢櫃凶狠大對決 KTV 雙雄相撲十二年 今年是勝負關鍵年〉，《財訊》，第 246 期，頁 316-321，2002。

許朱勝，〈讓創新成為習慣 媒體娛樂業才有未來〉，《經濟日報》，2005/1/20。

張釗維，《誰在那邊唱自己的歌：1970 年代台灣現代民歌發展史-建制、正當性論述與表現形式的形構》，台北：時報，1994。

張念茵，〈Napster 以 Peer to Peer 科技帶動電子化時代的另一場革命〉，《電子化企業—經理人報告》，第 22 期，頁 88-93，2001。

張容瑛，《台灣流行音樂產業網絡、創作系統與空間》，台北大學都市計劃研究所碩士論文，2002。

黃維明，〈台灣唱片席捲亞洲〉，《天下雜誌》，第 216 期，頁 56-63，1999。

黃士原，〈年代 iMusic 歌曲可破 50 萬首〉、〈QBend 軟硬搭配打市場〉、〈HiMusic 音樂網 頻道內容更豐富〉，《星報》，2004/09/22。

黃櫻茶，〈華語流行音樂的中國意象與消費〉，《當代》，第 138 期，頁 105-121，1999。

曾湘雲，《檢視台灣流行音樂市場結構與產品多樣性之關聯性：從歌曲內容及音樂產製面談起》，交通大學傳播研究所碩士論文，2004。

葉淑明，《全球與本土：台灣流行音樂工業的演變》，輔仁大學大眾傳播研究所碩士論

文，1998。

葉國隆，《數位音樂格式對音樂產製的影響：以臺灣音樂網站為例》，台北：淡江大學大眾傳播所碩士論文，2002。

趙雅芬，〈反盜版 娛樂圈大哥大站出來〉，《中國時報》，2001/3/29。

趙雅芬、田瑜萍，〈環球可能接下滾石發片作業〉，《中國時報》，2003/5/22。

劉世鼎，《跨國唱片公司在台灣的歷史分析：1980-1998》，輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文，1999。

鄭漢良，〈音樂人談樂壇，羅大佑：四大天王都是傳媒炒出來的，預估中文流行唱片，可能出現訂單超過一千萬張的世界紀錄〉，《中國時報》，1994/5/24。

鄭呈皇，《跨國傳播集團與台灣影視產業的競爭論述》，輔仁大學大眾傳播研究所碩士論文，2000。

蔡若津，《台灣當代音樂電台的音樂生產機制：從音樂社會學與媒介產製觀點出發》，政治大學廣播電視研究所碩士論文，2000。

錢櫃雜誌，〈香港 V.S 台灣演唱會產業〉，1998/8，頁 38-47。

謝鴻源，《本地唱片業者如何因應當前主要問題之研究》，交通大學傳播研究所碩士論文，2004。

簡妙如，《流行文化，美學，現代性：以八、九〇年代台灣流行音樂的歷史重構為例》，政治大學新聞研究所博士論文，2002。

羅悅全，《祕密基地：台北的音樂版圖》，台北：商周，2000。

蘋果日報，〈滾石唱片爆財務危機 與錢櫃 2.4 億糾紛銀行限 7 月 1 日還款〉，2004/6/16。

## 二、網路資料

GMM8866 官方網站：<http://www.gmm8866.com.tw/>

Hit FM 官方網站：<http://www.hitfm.com.tw/>

HiMusic 官方網站：<http://himusic.hinet.net/>

iMusic 官方網站：<http://www.imusic.com.tw/>

KKBOX 官方網站資料：<http://www.kkbox.com.tw/>

QBand 官方網站：<http://www.qband.com.tw/>

中國新聞周刊，《李宗盛談華語樂壇流水線：新馬製作 臺灣秀場 內地接盤》，〔Online〕  
<http://www.chinanewsweek.com.cn/2004-06-04/1/3658.html>，2004/6/20

主計處網站：<http://www.dgbas.gov.tw/mp.asp?mp=1>

台北市音樂著作權代理人協會：<http://www.mpa-taipei.org.tw/>

任將達、藍永成和鄭鏗彰，《文化產業的公共平台之可能性及經濟力-以數位下載音樂發展為例》〔Online〕<http://www.etaiwanews.com/Forum/2003/04/23/1051426160.htm>。

安可流行音樂網，〈音樂教父包小柏〉，〔Online〕  
<http://www.musicmusic.com.tw/ap/news/home.php?cate=2&type=81>，2004/11/7。

社團法人中華音樂著作權仲介協會：<http://www.must.org.tw/index.htm>

亞洲唱片網站：<http://www.asia-records.com.tw/>

許牧彥，〈從知識的經濟本質談知識產權的原理，科技發展政策報導 SR9206, 442-455〉，  
〔Online〕<http://www.stic.gov.tw/policy/sr/sr9206/sr9206002.pdf>，2003。

陳瀚權，〈線上即時音樂 單挑 P2P 下載音樂〉、〈線上音樂大戰 打得火熱〉，〔Online〕  
<http://udn.com/NEWS/main.html>，2004/9/3、2004/10/20。

陳世運，〈B2C 電子商務個案探討（三）音樂網站飛行網〉，〔Online〕  
[http://www.find.org.tw/trend\\_disp.asp?trend\\_id=1073](http://www.find.org.tw/trend_disp.asp?trend_id=1073)，2003/10/7。

許瓊予，〈音樂硬體：Apple 開啓線上音樂新紀元〉，〔Online〕  
[http://www.dj.com.tw/modules/news/article.php?item\\_id=340](http://www.dj.com.tw/modules/news/article.php?item_id=340)，2003/11/16。

華納線上音樂誌：<http://www.warnermusic.com.tw>

喜歡音樂網站 <http://www.enjoymusic.com.tw/>

黃彥達，〈漫談數位音樂（七）通路衝突的掙扎〉，〔Online〕

<http://www.digitalwall.com/scripts/display.asp?UID=251>，2004/7/25。

傳播學生鬥陣，〈流行音樂產製與流通——空間化分析〉，〔Online〕

<http://iwebs.edirect168.com/main/html/lipo1/1048.shtml>，2004/1/7

劉尚志、陳佳麟，〈網路數位音樂解構唱片產業 合理使用無罪 自由傳輸合理〉，〔Online〕

<http://www.apipa.org.tw/Article/Article-ViewADA.asp?intADAArticleID=9&strSortTarget=adaCreateDate>，2004/9/30。

吳育齊等人，〈KTV 產業策略分析暨好樂迪娛樂事業策略分析與研擬〉，〔Online〕

<http://ba.lm.fju.edu.tw/ba/37report/bp/BK9202.pdf>，2005/1/16。

### 三、英文資料

Burnett, Robert. "The Implications of Ownership: Changes for Concentration and Diversity in the Phonogram Industry." Communication Research 19.6 (1992): 749-769.

---. The Global Jukebox: the International Music Industry. London: Routledge. 1996.

Denisoff, R. Serge. Tarnished Gold: The Record Industry Revisited, (Transaction) NJ : New Brunswick. 1986.

Frith, Simon. Sound Effects. New York: Pantheon. 1981.

---. "Copyright and the Music Business" Popular Music 7.1 (1987): 57-75.

---. Music for Pleasure. Cambridge: Polity. 1988.

---. "The Industrialization of Popular Music." Popular Music and Communication. Ed. James, Lull. London: Sage, 1992. 49-74.

---. "Music industry research: Where now? Where next? Notes from Britain." Popular Music London: Cambridge Univ. Press, 19.3 (2000): 387-393.

Garnham, Nicholas. Capitalism and Communication. Global Culture and the Economics of



Information. London: Sage. 1990.

Gronow, Pekka. "The Record Industry: the Growth of a Mass Medium". Popular Music Ed. R. Middleton & D. Horn. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1983. 53-66.

Goodwin, Andrew. "Rationalization and Democratization in the New Technologies of Popular Music" Popular Music & Communication. Ed. James, Lull. London: Sage. London: Sage, 1992. 75-100

Hellman, Heiki. "The new state of competition in the record industry". Sociologia, 20.4 (1983): 355-367.

Hesmondhalgh, David. The Culture Industries. London: Sage. 2002.

Hirsch, Paul. "Processing Fads and Fashions: an Organization-Set Analysis of Cultural Industry Systems". On Record: Rock, Pop, and the Written Word. Ed. Simon. Frith & Andrew Goodwin. London: Routledg, 2000. 127-139.

Hull, Geoffrey. The Recording Industry. Boston: Ally & Bacon, 1998.

Jones, Steve. "Music and the Internet." Popular Music. 19.2 (2000): 217-229.

Lash, Scott. & Urry, John. "Accumulating Signs: the Culture Industires." Economies of Signs and Space. London: Sage, 1994. 112-145.

Lopes, Paul D. "Innovation and Diversity in the Popular Music Industry: 1969 to 1990." American Sociological Review. 57(1992): 46-71.

Leyshon A., Webb P., French S., Thrift, N., & Cewe, L. "On the Reproduction of the Musical Economy after the Internet". Media, Culture & Society. 27.2 (2005): 177-209.

May, B. & Singer, M. "Unchained melody: The Digitization of Music Has Industry Execs in a Twist." The Mckinsey Quarterly, 23.12 (2001): 128-137.

Negus, Keith. Producing Pop: Culture and Conflict in the Popular Music Industry. London: Routledge. 1992.

---. Popular Music in Theory. London: Wesleyan Univ. Press. 1996.

---. Music Genres and Corporate Cultures. London: Routledge. 1999.

Peterson, Richard A. & Berger, David G. "Cycles in Symbol Production: the Case of Popular Music." On Record: Rock, Pop, and the Written Word Ed. Simon Frith. & Andrew Goodwin. London: Routledge, 1975. 140-159.

Rothenbuhler, W. E., & Streck, M. J. "The Economic of the Music Industry". Media Economics Theory and Practice Ed. Alison Alexander, James Owers, & Rod Carveth, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associate, 1998.199-221.

Rutten, Paul. "Local Popular Music in the National and International Markets." Cultural Studies. 5.3 (1991): 294-305.

Ryan, John. W. & Peterson, Richard. A. "The Product Image: the Fate of Creativity in Country Music Song Writing". Sage Annual Reviews of Communication Research. 10(1982): 11-32.

Ryan, Bill. Making Capital from Culture: the Corporate from of Capitalist Culture Production. New York: Walter deGruyter. 1991.

Shuker, Roy. Understanding the Music. London: Routledge. 1994.

Vogel, Harold L. "The Music Business." Entertainment Industry Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1994. 128-151.

Wimmer, D. Roger. & Dominick, R. Joseph. Mass Media Research. Belmont: Wadsworth Publishing Company. 2000.