

## 摘 要

台灣的音樂產業自 1990 年代開始進行國際化的歷程，全球五大跨國音樂集團—新力、博德曼、華納、環球、和科藝百代，紛紛進入台灣的市場，對本土的唱片公司形成極大的競爭壓力。另一方面，亞洲的華文地區基於語言使用和文化的接近性、以及衛星傳播科技的普及，因此得以形成一個區域性的市場。在面對全球化與區域化的潮流之下，台灣唱片公司的華語歌曲產製策略為何，以及如何運用，是本研究主要的研究焦點。本研究以個案研究的方法，就跨國集團所屬的台灣新力音樂公司、與本土獨立的滾石唱片公司，進行比較分析。研究結果發現，滾石公司較新力音樂公司，在區域化的華語市場中，有較佳的資源整合的表現，也較能注重台灣本土音樂文化的發展。

---

**關鍵字：**流行音樂產業、產製策略、全球化、區域市場