



300
240
200
160
120
80
40
CD 原唱或翻唱组



專訪 - 廖俊貴

元宇宙來了……

廖俊貴：如果，還有人賣最後一張 CD，我希望：那個人是我！

回溯臺灣的唱片業，最早從 1910 年，在臺北出現第一家專賣唱片的「唱片行」開始，到進入 80 年代後，具有價格優勢的卡帶開始盛行，降低流行音樂入手門檻，隨著中華商場的拆遷，許多唱片行遷至各地後，如雨後春筍般的開設，自此，音樂更普及地進入大眾生活。在堪稱華語流行樂的黃金年代，除了唱片發片量大之外，廣電媒體等大力播送當紅歌手的新專輯，門市華麗的大型連鎖唱片行，也在全臺展店。唱片行另一個最重要的功能，就是歌手發新專輯時，會跑遍臺灣從北到南的指標性唱片行，在現場與歌迷互動，或進行小型簽唱會等活動，往往都能造成追星族排隊購買唱片的盛況。

當回首想要找尋一張實體唱片時，幸好，愛樂唱片行一直堅持初心守著樂迷們，等待每一位到訪的客人，踏入店中挖掘心儀許久的那張回憶，在露出滿足而沉醉的笑容時，開始跟老闆滔滔不絕地聊起，這張專輯的音樂人曾經有過什麼輝煌的紀錄？新歌又有什麼特色？



廖俊貴

臺北客家人，家族為雲林詔安客，現為愛樂唱片經營者。從事唱片行相關工作超過 30 年，過去曾任海山唱片 CD 採購、霖揚唱片店長等；也曾協助茉莉二手書店擔任二手 CD 標價手 3 年。2015 年愛樂唱片經營者陳志宏老闆退休，將愛樂唱片交給也延續為「愛樂」的人們服務。

你去過光華商場嗎？
賣 CD，那是我入行的第一份工作。

「這兩年，如果唱片能賣 1 萬張，就是實質上天王、天后、天團等級，現在三千張就辦慶功宴了！」廖老闆才打開實體唱片銷售現況的第一頁，就讓我們大吃一驚。「在我們那個時代，發片 10 萬張是基本的門檻，20 萬張算還可以，30 萬張起跳，才會有人正眼看你一下。所以要比較當年的榮景與現在，大概可以這樣做一個區分。」

「想當初，最鼎盛的時候，全臺大概有一千多家的唱片行。我從 18 歲就入行，當時，唱片行的一級戰區就是光華商場，那時候的光華商場跟現在不一樣，主要是唱片行跟舊書攤，唱片行在商場的內、外開了很多間，非常競爭。我第一次入行就在光華，那邊打下我對每一張專輯音樂性的了解，以及所有販售唱片的基礎，我對音樂的熱愛都是從那時候啟蒙。」

提到青春年少的回憶，廖老闆興奮地分享：「其實我一開始只聽國語歌的，從聽廣播到買 CD，就是我生活的一部分。老闆有一天問我『你怎麼不聽西洋歌？』我就想，好！我來認真學習。」廖老闆回憶，當時的店很小，不到 3 坪大的空間，門市就有 3 個店員，因為一到假日，都被客人擠得水洩不通，所以如果很熟西洋歌的話，就可以用最快的時間，讓客人買到心儀 CD 然後離開。「你們知道，為什麼店員都要坐在高高的地方嗎？」那是一個多麼難以想像的畫面，整個唱片行被擠得水洩不通，店員還要爬高坐鎮。「要監視啊！一張 CD 要 300 塊，都可以買好幾個便當欸。」廖老闆進一步提到，以前一張專輯 300 元，現在一張 CD 賣 500 元是正常的，去年有 3 張專輯，光是零售價就平均要 1300 元，後來這 3 張不到半年都絕版，二手行情比當初的全新的價錢還高。

以前歌手宣傳，
都會到唱片行辦簽唱會。

「當時，唱片行還有一個很重要的功能。」廖老闆回憶當年唱片市場的興旺，還有更多的跨國唱片行，也陸續進入臺灣市場，引入更多元的專輯。1992 年，美商淘兒音樂城進入西門町，更是成為樂迷的朝聖之地。「不太記得門市簽唱會的活動，是從『大眾』還是『淘兒』開始，但這時的唱片行，開始習慣請歌手來辦簽唱會，可以增加與歌迷互動來創造營業額。」

進入千禧年，這是臺灣唱片業的轉捩點，除了非法盜版、串流及數位播放載體，已經讓唱片行下滑嚴重之外，1999 年一場突如其來的災難，讓中南部許多複合型的唱片行，直接收掉一半。

數位下載、串流、播放平臺變成主流，
你還買CD嗎？

MP3 的問世與 P2P 技術，讓唱片市場大受衝擊，廖老闆認為，改變音樂生態最大的，就是 iTunes 的音樂播放方式。「因為下載是以單曲計算，而不是以專輯計算。」當時，唱片公司為了搭上合法音樂串流的列車，從那時開始，許多詞曲創作人因為走上單曲發行的模式，收入受到衝擊而逐漸外移西進，音樂產業成為一次性買斷的創作模式。

身為愛樂唱片的老闆，對二手唱片的消費生態轉變，有著敏銳的觀察，從過去原本的白領、師字輩的高所得客群來店成箱購買。現今，除了一部分已轉為網路上販售，加上觀光熱潮，讓店裡的絕版華語 CD，成為炙手可熱的秒殺貨。「獨立樂團 CD 發行之量很少，所以二手 CD 出來時，幾乎都變成原價的兩三倍以上，還秒殺。」廖老闆認為，年輕世代成為購買唱片主力的原因，在於他們覺得自己是伯樂，希望能用自己的眼光，找到未來的樂團千里馬。如同昔日追星族，去唱片行門口等待簽唱會一樣，這就是現在的年輕人，依然願意購買實體唱片的理由。

如果，還有人在賣最後一張CD，
我希望：那個人是我！

「對我來說，音樂是沒有語言的限制。」放入唱片，從播放器流瀉出廖老闆喜歡的音樂時，他真誠地說：「其實我的想法很簡單，只覺得，世界上如果有人在賣最後一張 CD 的話，希望那個人是我，如果 CD 存在有年限的話，我希望是 1 萬年。」

「有朋友跟我說，這 10 年在臺灣最好的音樂作品，只有兩大區塊——『客家歌』與『原住民歌』。」廖老闆認為，若干年後，這些歌曲將會成為雋永的作品，因為，現在臺灣的客家歌與目前單曲式的流行樂差異，就是「具備一整張專輯」的概念，如同廖老闆最喜歡的林生祥、陳永洵的客家專輯，它們和國外許多有深度的專輯一樣，每一張客家專輯裡，都具有創作者想要傳達完整的意念與故事。

推開 愛樂唱片行 的大門
「老闆！有客人來喔！」

很喜歡與年輕人聊音樂，相互交流資訊的廖老闆，是客人口中既親切又專業的「貴哥」。在元宇宙裡，有一個愛樂唱片行？廖老闆說：「我覺得，我可能會穿著長袍馬褂，然後一手拿著算盤，這應該比較符合我的形象。」

一生只賣唱片，也只想賣唱片。一邊撥劃著算盤，一邊安排客人可能喜歡的音樂，就這樣在音樂產業裡堅持 30 年，從未離開過的廖俊貴，早已進入另一個層級的愛樂人身分，深深的被音樂包圍著，在他最愛的唱片行裡。

