出國報告（出國類別：考察）

107 年「香港、深圳地區音樂展演空間及音樂活動」考察報告

服務機關：文化部影視及流行音樂產業局
姓名職稱：科員李蘊庭
派赴國家/地區：中國香港、深圳地區
出國期間：107 年 9 月 28 日至 10 月 2 日
報告日期：107 年 11 月 15 日

摘要

在流行音樂產業中，實體唱片銷售量常被用來衡量歌手走紅程度。然而，隨著資訊科技發達、網際網路的興盛與音樂產業的數位化，消費者從以往購買實體唱片，轉而從網路或手機下載音樂，整體流行音樂產業的權利核心，已由傳統銷售實體唱片的概念轉至「全方位」經營，意即歌手主要收入來源轉而來自廣告代言、演唱會、版權費等多角化管道。國際唱片交流基金會（IFPI）指出全球音樂產業的新趨勢在於「體驗經濟」，透過參與置身於特定情境、故事之中，獲得現實或超現實的感官滿足，消費者希望在演唱會中，體驗到驚喜、興奮、愉悅、滿足、創造回憶與感動等等因子。如何開發演唱會成為更有潛力的經濟模式，如何將演唱會的製作與呈現，達到讓觀眾更加期待、深刻難忘，正是讓臺灣流行音樂產業找尋獲利模式的關鍵因素。Live House 演出、各類型音樂節等現代展演規劃，已成為未來音樂產業持續發展之重要課題。鑒於本局補助呼叫音樂有限公司辦理「小呼叫音樂節」多年，為實地勘驗本案核定企畫之執行情形，爰規劃辦理該活動香港場及深圳場實地查核，並另安排當地音樂展演空間之考察，爰透過本次考察行程作為臺灣未來推動流行音樂相關產業與展演空間密切結合及發展之建議方向。

目錄

壹、前言.....4
一、臺灣流行音樂產業發展概述.....4
二、香港流行音樂產業發展及現況.....6
三、中國流行音樂產業發展現況.....6
四、參訪目的.....8
貳、行程安排及訪察紀要.....8
一、考察行程.....8
二、「2018 小呼叫音樂節」訪察紀要.....8
三、香港音樂展演場地訪察紀要.....12
參、心得與建議.....14
一、考察心得.....14
二、建議事項.....20
肆、參考資料.....22

壹、前言

一、臺灣流行音樂產業發展概述

（一）臺灣流行音樂產業現況

依據 2017 年所進行的「105 年流行音樂產業調查」報告可知，整體而言，2016 年流行音樂總產值中「流行音樂有聲出版業」為 42%，占比最高；「音樂展演業」為 25%，位居第二；「數位音樂平臺經營業」為 18%，名列第三；「版權公司及集管單位」占 11%；而「KTV 及伴唱帶業」由於僅算其支出於流行音樂版權之產值，故占比最低，為 4%。[1]

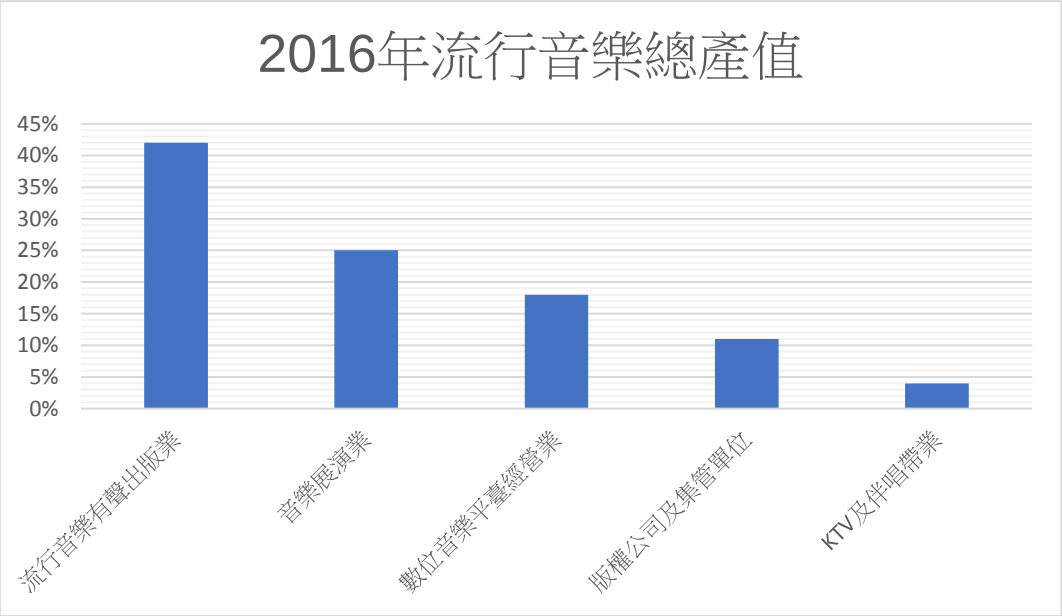

圖 1　2016 年流行音樂總產值　　(作者自製)

進而，就產品類型分析顯示，2016 年有聲出版業者的「實體唱片」營收為 9.91 億元；有聲出版業者與數位音樂平臺經營業者的「數位音樂」營收共 49.89 億元；有聲出版業者與音樂展演業者（含活動公司與 Live House）的「現場展演」營收共 61.94 億元。而來自有聲出版業者、數位音樂平臺經營者、展演業者、KTV 及伴唱帶業者（含線上 KTV）、版權公司及集管單位的「音樂版權」收入共 52.86 億元。比較近四年本局流行音樂產業調查結果可以發現，自 2013 年開始，流行音樂產業總產值逐年上升。2016 年總產值為 178.81 億元，較 2015 年增長 11%，低於 2015 年 13.6%的成長率。

[1] 資料來源：「105 年流行音樂產業調查」。

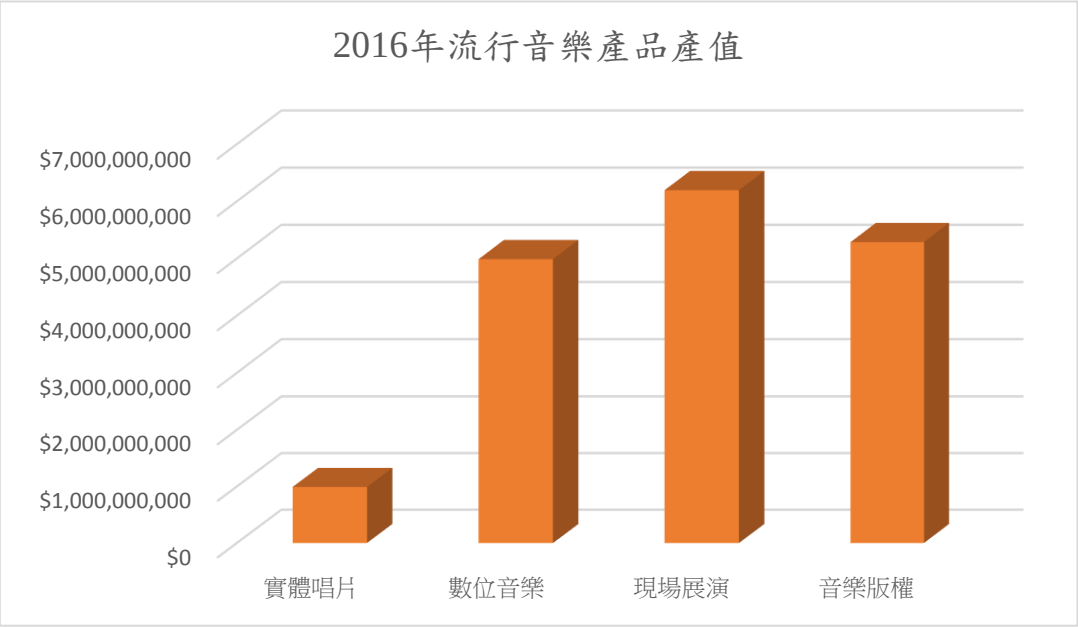

圖 2 流行音樂產品產值 (作者自製)

就華語流行音樂市場來看，流行音樂有聲出版業者的行銷地區並非僅有臺灣，目前臺灣與中國的市場連結，除了音樂展演，另外便是數位同步上架，然而在像中國如此幅員廣大的地區，要進行有效宣傳，所費不貲；因此新人想要成名相對困難，而臺灣的行銷資源並未明顯變多，而是資源配置有所改變。這也使得在數位化浪潮下，流行音樂行銷該如何進行成為重要議題。

（二）流行音樂產業生態轉型之際

進一步分析 2016 年各產業之海內外產值比例可看出，由於國內市場規模較小，海外華語及音樂市場成為必須開發與經營之地，「音樂演出」便成為臺灣發展海外市場的主力，2016 年「音樂演出」之海外收益（53.6%）便已大於國內收益（46.4%）。根據研究，臺灣藝人至國外舉辦演唱會約九成還是在中國，其次為香港、新加坡及馬來西亞，除了在舉辦演唱會，活動承辦公司也會與中國的音樂節/祭合作，或相互邀請對方的藝人。尤其中國每年舉辦音樂節場次高於臺灣，與中國合作舉辦演唱會，無論是賣斷（盈虧由對方自負）或票房拆分，除了當前獲利，業者更在乎的是未來繼續合作，擴展中國市場的可能性。亦即，與對方合作，是否能夠擴展未來三年在中國的市占率、格局或影響力。

二、香港流行音樂產業發展及現況

香港近代音樂展演產業因全球金融風暴，引發租金上漲問題，使得在寸土寸金的香港經營 Live House 的業者更加苦不堪言，間接扼殺了許多音樂創作新秀的成長空間，造成香港音樂發展的情勢更加險峻。在面臨前述困境中，香港試圖扶持及開拓更加多元化的音樂產業發展模式，例如：由知名 Live House”Hidden Agenda”重新開幕的”TTN-This Town Needs”1563 at the East(Live House)、多元藝文空間「藝穗會」及九龍灣國際展貿中心等提供獨立製作音樂新秀表演及媒合的平臺，並且舉辦 Clocken flap 香港音樂及藝術節、呼叫音樂節、香港夏日流行音樂節、沙灘音樂節等音樂活動，吸引國際對香港音樂的關注度。

根據資誠聯合會計師事務所資料，2016 年香港現場音樂收入，票房收入自 2012 年開始逐年上升，至 2016 年為 8,000 萬美元，較 2015 年成長 3.9%；整體來看，香港的現場音樂收入是逐年增加的，雖然金額與其他地區相比並不算多，但香港的現場音樂事業可說是歐美與澳洲、紐西蘭、南太平洋地區之間的巡演橋樑。且香港擁有非常多國際媒體亞洲總部駐地之優勢，對其音樂產業之國際發展有極大的助益。[2]

三、中國流行音樂產業發展現況

(一)數位音樂為中國音樂產業主要發展動力

就全球娛樂媒體市場觀之，2016-2020 年全球市場規模及成長率，將臺灣市場歸於「成熟區」而中國則處於成長速度快且市場規模也大的「浪頭區」，中國有超過 13.6 億人，但其唱片音樂產值在全球排名中，從未進入前十名。不過，中國政府近年展現其解決盜版之決心，加上對音樂價值態度的改變，顯示中國已逐漸朝向可營利的合法商業模式。

此外，2016 年中國唱片音樂產值成長 20.3%，主要歸功於串流音樂收入增長 30.6%，依據中國大音像與數字出版協會發布之「2017 中國音樂產業發展報告」內容指出，2016 年中國音樂產業規模約人民幣 3253.22 億元，比同期成長 7.79%。其中，2016 年數位音樂產值達人民幣 529.26 億元，增幅為 6.2%，PC 及行動裝置帶來的付費用戶產值達人民幣 143.26 億元，成長率超過 39%。網路音樂用戶達 5.03 億，且付費

[2] 參考資料：維基百科-香港流行音樂發展史、吹音樂-悲情城市：香港政府奏起獨立音樂哀歌

用戶數量較 2012 年增加 113%。[3]

(二)現場展演市場

依據 2018 年 9 月 9 日中國演出行業協會與阿里巴巴共同發佈之「2017 年中國演出市場年度報告」內容顯示，2017 年中國演出市場總體經濟規模 489.51 億人民幣，較 2016 年的 469.22 億元上升了 4.32%，其中，演出票房收入 176.85 億元佔了 36%的比例，較 2016 年提昇了 5.2%。

報告數據顯示，2017 年中國演出市場，大型演唱會、音樂節演出達 2400 場，較前一年上升了 14.29%，票房收入 37.64 億元，卻只較前一年提昇了 7.91%。由此可知，現場娛樂消費正朝向「親民化」這也促使了中國演出市場向外圍發展的趨勢，以演唱會市場為例，大咖藝人的演出正由北京、上海、廣州、杭州、青島等一二線城市，向臺州、鎮江、衡陽、安順等三四線城市發展。例如張學友的「A Classic Tour 學友・經典演唱會」在兩年內便去了中國 100 多個城市。

另一項重點則是現場娛樂演出無紙化程度的快速提升。根據「第 42 次中國互聯網絡發展狀況統計報告」顯示，截至 2018 年 6 月 30 日，中國之手機持有者已達 7.88 億人，透過手機使用網路的比例更高達 98.3%。行動支付已成為稀鬆平常的活動，由此而衍生的電子票券消費及無人設備驗票也逐漸制式化的應用到了演出市場上。目前中國最大的票務平臺「大麥網」的電子票券覆蓋率已超過 40%，無紙化已成為大型賽事節目展演之標準配置。以往觀眾只能透過寄送或現場買票的方式取得紙本門票，現在則可憑著 QR code 直接掃描入場，極大程度簡化了入場流程。此外，隨著電子票券及無紙化的普及，門票的轉移過程可被追溯到源頭，對於買假票或黃牛票之違法現象能建立起重要的防範機制，對於規範票務市場有很大的助益。更進一步，雲端計算、人臉識別科技也開始廣泛應用於演唱會、音樂祭等大型演出現場，App 或無人驗票機、即時人流分析等正在構建現場娛樂新的商業模式，受到數位音樂益發容易取得之影響，民眾對於現場音樂演出之需求越來越高，而中國龐大的消費市場有助於此產業未來的擴展。[4]

(三)未來發展重點

[3] 資料來源：「2017 中國音樂產業發展報告」
[4] 資料來源：「2017 年中國演出市場年度報告」

中國 2016 至 2017 年音樂演出市場持續活躍，演出場次、票房總收入、觀眾人次都創新高，串流媒體音樂付費、現場音樂展演活動的整體電子化逐漸成為新趨勢；此外，中國近年也開始推出「扶植原創音樂人發展」之平臺計劃，其計畫重點在於原創音樂及獨立音樂人才之培育，為原創音樂提供製作、宣傳、發行、行銷平臺等服務，許多網路平臺也投入扶植優秀的原創音樂內容生產。由上可見電子科技、網路、新媒體等新模式的投入，建立了中國流行音樂發展的新浪潮，也是影響未來該產業發展方向之重要舵手。

四、參訪目的

（一）了解本局流行音樂行銷推廣補助案呼叫音樂有限公司辦理之「小呼叫音樂節」執行狀況，除實地查訪本次補助案執行情形外，亦可供爾後持續辦理相關補助及拓展臺灣流行音樂海外市場之參考。

（二）參訪香港及深圳音樂展演空間及藝文場館，了解該地區如何對於現今多元化展演空間之需求進行規劃及如何同步提升音樂產業發展。

貳、行程安排及訪察紀要

一、考察行程

日期	行程內容
9 月 28 日(五)	臺北（桃園機場）→香港（香港赤鱲角機場）
	1563 at the East (Live House)
9 月 29 日(六)	TTN-考察行銷補助案「2018 小呼叫音樂節」香港場概況
9 月 30 日(日)	1.九龍灣國際展貿中心 2.藝穗會
10 月 1 日(一)	HouLiveHouse-考察行銷補助案「2018 小呼叫音樂節」深圳場概況
10 月 2 日(二)	香港（香港赤鱲角機場）→臺灣（桃園機場）

(作者自製)

二、「2018 小呼叫音樂節」訪察紀要

（一）發展沿革

呼叫音樂節目前是中國港澳以至新馬地區第一個及唯一一個以臺灣獨立音樂為主題的室內音樂節。在 7 年內 6 度舉辦的持續規劃下，已成為臺灣獨立音樂在中國港澳及新馬等華語地區重要的發聲管道之一，也是許多新生代樂迷認識臺灣獨立音樂及現場演出觀摩的入門。以下為呼叫音樂系列歷年大事紀及詳細內容：

表 1 呼叫音樂系列歷年大事紀及詳細內容

2011	第一屆呼叫音樂節（銀翼文創有限公司與黑市音樂有限公司合辦）
2012	第二屆呼叫音樂節（銀翼文創有限公司與黑市音樂有限公司合辦）
2013	第三屆呼叫音樂節（銀翼文創有限公司與黑市音樂有限公司合辦）
2015	小呼叫音樂節（香港）
2016	小呼叫音樂節（香港+深圳）
2017-2018	小呼叫音樂節（香港站、深圳站、吉隆坡站、新加坡站）

(作者自製)

2011 年，旅居臺灣的黑市音樂創辦人奧利佛有感於臺灣獨立音樂在有限條件下，依然呈現多元豐富、百花齊放的景象，對比香港獨立音樂現況日漸慘淡，便興起推動兩地音樂人交流的想法，於是聯合了一群臺灣獨立音樂圈領袖，一同催生出以臺灣獨立音樂為主題的音樂活動：「呼叫音樂節 Taiwan Calling」，並正式於香港誕生，首屆演出陣容便幾乎將當年臺灣首屈一指的創作音樂人一網打盡，並在兩天的演出中，創下超過 2,000 張專輯與單曲的驚人銷售量。

隔年，「呼叫音樂節 Taiwan Calling 2012」再度邀集了臺灣各方獨立音樂勢力齊聚，並試圖再升級，該屆有多個音樂廠牌主動聯繫，願意協助提供更多臺灣優質獨立音樂的產品，也在事前規劃好運送及活動結束後，轉供應給香港音樂通路的方式，讓第二屆的臺灣樂團音樂銷售不僅超越首屆，也讓剩餘的商品，全數引進香港音樂通路，創下無退貨紀錄，更同時與臺灣「貢寮國際海洋音樂祭」與臺灣最大的獨立音樂平臺「StreetVoice 街聲」結盟合作，徵選一組香港友誼團參與演出，並首度邀請當年度海洋音樂祭海洋大賞得主參加。

第三屆「呼叫音樂節 Taiwan Calling 2013」因原場地檔期關係，在核心團隊思考後，決定冒險訂下較前兩屆觀眾人數遽增一倍的場地，並提升場地設備與演出陣容，將周邊商品展售升級成為「臺灣獨立音樂品牌展」向香港歌迷系統性的介紹臺灣獨立音樂品牌，並搭配商品展售，成為港澳地區樂迷發掘臺灣獨立音樂商品的好去處。但 2013 年因場地、設備、演出陣容的提升，使虧損壓力提升，也讓主辦單位開始思考

呼叫音樂節續辦時，節目演出安排的侷限性，因此在該屆活動結束後，主辦單位決定暫停一年，並思考未來如何經營。

2015 年，呼叫團隊決定重新出發，籌組呼叫音樂有限公司，成為常設單位專責音樂節事宜。同年以「小呼叫音樂節」為舉辦模式，測試香港樂迷對於臺灣新進樂團的接受度，以及呼叫音樂節品牌的影響力，最後確認小呼叫音樂節之舉辦模式與宗旨為「推廣臺灣新世代獨立新星」，加上本局補助，使呼叫音樂節系列首次達到營運收支平衡，也讓主辦單位持續為臺灣硬地音樂在海外華語音樂市場奮鬥。

2016 年，除維持香港「小呼叫」的規模與主題外，並新增深圳站演出，首度嘗試進軍中國市場，同時拓展中港兩地的歌迷。雖於申請大陸演出之過程中，樂團名單一度受到影響，但透過事先聯繫及緊急安排，活動依然順利完成，並首次獲得盈餘，對呼叫團隊往後的計畫打下強心針。

2017 年，小呼叫繼續於香港及深圳兩地演出，並從過往兩天節目濃縮為一天馬拉松式音樂節形式，更創下門票銷售紀錄，香港站單是盲鳥票（未公布名單之早鳥票）便已近總門票銷售之 60%，足證「呼叫」已成功定下品牌效益；而深圳站之成績更是驚人，對比 2016 年首次舉辦，門票銷售成長達 300%，總體銷售超過香港站，證明呼叫團隊設定以南中國市場為目標是正確的規劃。

2018 年初呼叫團隊首度舉行吉隆坡站，同樣採取一天馬拉松式音樂節，該場活動是當地前所未有以臺灣獨立音樂為題之音樂節，活動獲得空前成功。同年 6 月，小呼叫音樂節於新加坡與官方機構濱海藝術中心合作，舉辦小呼叫音樂節新加坡站「呼叫好 in 樂」節目，除 5 組臺灣獨立音樂表演者外，也邀請 3 組新加坡當地音樂表演者共同參與演出，達到雙方音樂交流之實質成果。

呼叫音樂節於香港深耕多年，過往盲鳥票（未公布名單早鳥票）之銷量足證已建立一定品牌影響力，未來可望藉由「呼叫」之品牌號召力，以系列性的音樂節模式聚焦樂迷注意力，為臺灣具潛力且已有一定成績、但仍未成功建立海外事業的獨立音樂工作者，開拓及發展中國港澳及新馬市場，成為幕後推手，積極讓臺灣獨立音樂文化於各地市場開花結果。

（二）小呼叫音樂節活動背景

呼叫音樂節首屆舉辦於 2011 年，由銀翼文創有限公司與黑市音樂有限公司兩家

公司合力舉辦。在經過 2011 至 2013 年首三屆的舉辦，以及 2014 年的休息思考後，主辦決定於 2015 年合組呼叫音樂有限公司，讓呼叫音樂節重新出發。

呼叫音樂有限公司由過去籌辦呼叫音樂節的核心班底組成，股東及決策人包含三位音樂人陳建騏、韓立康、奧利佛：陳建騏為臺灣知名作曲家、鍵盤手、劇場及演唱會音樂總監，常為劇場、電視劇、電影、廣告製作配樂，參與華語歌手的專輯製作與編曲，曾獲金曲獎最佳編曲人獎、金曲獎演唱類最佳單曲製作人獎等；韓立康為專業編曲人、吉他手，並自組獨立樂團椰子!!Coconuts 樂團吉他手，並為 Vast & Hazy、Crispy 脆樂團等擔任唱片製作人；奧利佛（程文浩）為旅居臺北香港籍音樂人、唱片製作人，自 2012 年至今擔任 Street Voice 街聲香港音樂總監，2011 年創立獨立廠牌黑市音樂，接連發掘激膚樂團、Hello Nico、孔雀眼、黃玠瑋等多組提名金音獎、金曲獎獨立樂團新星，並為知名大陸樂團沼澤、表情銀行，港澳樂團 downer、Forget the G 等擔任海外活動策劃，熟悉兩岸三地獨立音樂。呼叫音樂有限公司，利用國內外的音樂人脈，持續在港澳大陸以及新馬等地籌辦音樂活動，成為臺灣獨立音樂圈重要的對外發聲管道，也成為華語地區認識臺灣獨立音樂的重要窗口，透過不間斷培養港澳大陸地區樂迷的基礎人口以及對臺灣獨立音樂的喜好，有助於擴散其他地區合作舉辦臺灣獨立音樂演出的可能性。[5]

（三）相關規劃

1.場地介紹及舞臺規劃

(1)香港站：

A.場地介紹：TTN；

B.地址：香港九龍油塘崇信街 6 號 OceanOne1 樓；

C.規格：600 人室內展演空間；

於 2017 年初成立的 TTN，其前身為香港最具代表性 Live House「Hidden Agenda（HA）」。HA 曾舉辦大大小小數百場海內外演出，被國際媒體 Time Out Magazine 選為香港最佳演出場地。但由於牌照問題及場地租約問題，HA 於 2016 年結業，主辦單位遂另覓新址，於油塘區籌建全新場地 TTN。該場地有別於前身 HA，除器材硬體進一步升級外，也已取得各種合法牌照，如娛樂牌、酒牌，可合法申辦各種演出活動，並備有保全人員、急救人員等，實為當下香港最適之新興展演空間。

[5] 參考資料：2018 小呼叫音樂節企劃書

(2)深圳站：

A.場地介紹：HOULIVE；

B.地址：深圳市福田區濱河大道 9289 號 KKONE 購物中心 B1；

C.規格：700 人室內展演空間；

HOULIVE 是深圳「後青年」旗下音樂與文化藝術活動空間品牌，取公司商標「後青年」當中的「後」字中文發音，拼音「HOU」來作為該品牌命名，延續母公司後青年對新興青年文化的敏感直覺、對文化藝術結合當下新生活方式不失創新和探索的熱情。HOULIVE 藝文空間，提供場地出租及活動策劃，涵蓋音樂現場、派對娛樂、話劇表演、電影沙龍、時尚走秀、公關活動、藝人培育、商務座談、跨界活動等多種服務。HOULIVE 所在之 KKONE 購物中心彙集商務、住宅、酒店、餐飲、文化、交通樞紐於一體，是深圳福田地區第一個成功建成並投入使用的城中村改造的城市綜合體建案。地理位置與下沙古村相鄰，四周與上沙村、下沙村、沙嘴村、新洲村、車公廟區相連結，交通也十分便利。得天獨厚的商業環境，加上餐飲和娛樂對年輕群體的吸引，使 HOULIVE 有穩定的消費者基礎；由於整體綜合中心對青年文化、潮流文化的包容，為文化藝術氛圍營造提供了充足的空間，HOULIVE 也將成為其中有力的孵化基地。

2.票價規劃

香港站	盲鳥票 (未公布陣容前發售) HKD400	預售票 HKD500	雙人套票 HKD900	現場票 HKD700
深圳站	限時早鳥票 (只限 7/1、7/31 購買) RMB150	預售票 RMB200	雙人套票 RMB360	現場票 RMB300
廣州站	限時早鳥票 (只限 7/1、7/31 購買) RMB150	預售票 RMB200	雙人套票 RMB360	現場票 RMB300

(資料來源：2018 小呼叫音樂節企劃書)

三、香港音樂展演場地訪察紀要

(一) 1563 at the East 是一個位於灣仔皇后大道東心臟地帶－合和中心的新興表演場地，也是「合和實業」繼九龍灣國際展貿中心內的 Music Zone、Star Hall 及 Rotunda 後，所打造的一個具有完善表演設備的優質 Live House，並與同區的「利東街」同時為音樂人提供更多表演空間，讓觀眾可以欣賞各類本地及海外的音樂表演，為本地及

國際音樂人提供了優質的小型原創表演平臺，締造與觀眾之互動空間，孕育更多獨當一面的音樂人。店名的「1563」是廣東歌(Canto pop)其中一組經常用的和弦進程(Chord Progression)。這組數字也為香港當地 Live House 寫下新的定義。

「1563 at the East」是繼中環的音樂餐廳 Backstage 結束營業後，由音樂人馮穎琪所創辦，其佔地 6000 平方呎、可容納 200 至 300 人，最大特色是會定期舉行與廣東歌有關的活動，讓樂迷可以重新感受及認識本地音樂文化。活動包括讓觀眾於設備完善的舞臺上，享受優質樂隊伴奏，如每逢周四晚上的「吾唱廣東歌」活動便由 live band 現場演唱本地流行曲；也會邀請香港各區的大、小樂團前往表演，讓觀眾了解本地各樂團的特色；此外亦會舉行小型座談會，請當地音樂人現身說法創作廣東歌的心路歷程並向大眾推薦他們喜愛的廣東歌歌單等；活動場地也歡迎所有人士申請，屬於多功能展演場地甚至為披頭四全新紀錄片舉行音樂會，為造訪的觀眾及聽眾提供豐富的流行音樂資訊及展演。[6]

(二)九龍灣國際展貿中心乃香港主要表演場地提供者之一，一直致力推動音樂文化發展，提供設備完善的表演場地，其前稱為香港國際展貿中心，同樣是「合和實業」投資的物業，其 2007 年內部改建後誕生的「匯星」更成為焦點，吸引許多來當地、臺灣、日本、韓國及歐美等的演出者表演，提供香港樂迷體驗多元化的優質節目，也奠定了九龍灣國際展貿中心在表演者及樂迷心目中的地位。而隨著對現場表演素質的追求日漸提升，九龍灣國際展貿中心注意到音樂愛好者對 Live House 的需求，便至臺灣、日本等盛行 Live House 文化的地區實地考察，打造香港第一個以 Live House 為概念的表演場地「Music Zone @E-Max」，依據官網資料，該場地每月皆有 5 至 10 組表演在此舉行，顯見其在香港及九龍灣地區已是相當熱門的展演場館。[7]

(三)位於香港精華地段中環的藝穗會，其前身是英國殖民時期的一家牛奶公司，並於 2001 年獲得香港特區政府頒發文物古蹟保護獎，其主體並於 2009 年宣佈為一級歷史建築，在經過改造與活化後，這座具有新古典風格的建築如今已成為香港開發無限生機的藝術文化地標。於 1983 年成立的藝穗會為香港提供了一個公開的藝壇，為香港或海外藝術家提供免租金的展覽及表演場地，同時也為藝術愛好者提供一處共聚和欣賞節目的地方。在此展出的作品無須經過特別甄選，因為藝穗會一直採取開放政策，並強調言論自由，在此，藝術家能夠暢所欲言，自由創作，觀眾亦能全程投入藝

[6] 資料來源：1563 at the East 官網
[7] 資料來源：九龍灣國際展貿中心官網

術世界，這種藝術文化交流與生活是不可分割的。[8]

參、心得與建議

一、考察心得

(一)小呼叫音樂節訪察心得

1. 香港場：

實地訪查香港場舉辦地點 TTN 及活動實況，可發現其內部設施完備，有休息區、販賣區、廁所間數也充足，入口處及表演區有間隔及緩衝區可避免觀眾進出造成混亂；但該場地位處香港郊區，雖可避免噪音問題造成鄰里抗議，但交通並不方便，且場地位於一棟不起眼的工業大樓，尋找不易；演出時音響設施有些差強人意，高音部分聽起來很刺耳，相較於深圳場的音響設備，還有改進空間。

2. 深圳場：

實地訪查深圳場舉辦地點 HOULIVE 及活動實況，其展演空間主要位於 KK ONE 商場內部，有地鐵可直達交通頗為方便，且因位於商場內部，周邊飲食、購物、遊憩場所一應俱全，對於聚集人潮非常有利；LIVE HOUSE 區要進入場館前有緩衝區域，觀眾可在此排隊，並可進行周邊販售及簽名活動等；此外，場地隔音效果好，從場館外部不會聽到內部表演的聲音，且音響設備相當不錯，連表演者都讚不絕口，此一要點的滿足相信可使本場館成為深圳地區首屈一指的小型展演場地；此外，由本次參訪可發現縱使只是一個地方的小型 LIVE HOUSE，經營單位仍設置了相當優質的音響設備，不但讓聽眾大飽耳福，亦讓臺上表演者得以做最好的發揮，也能因此吸引到更多的聽眾及表演者造訪此場館，此種硬體設施上的不斷升級，是擁有廣大市場的中國於流行音樂產業發展上的極大優勢。

3. 小結：

本次參訪本局所補助之「小呼叫音樂節」香港場及深圳場次，實際感受到臺灣獨立音樂演出者在中國地區已逐漸建立口碑，針對兩場次的觀眾進行觀察可發現：

(1)、香港場觀眾普遍年齡層屬青少年至青年階段，觀眾之間的互動也可發現似多為

[8] 資料來源：藝穗會官網

相互熟識的關係，顯見香港人口較少，接觸獨立音樂圈的聽眾人數相對來說可能較為少且固定，此雖為香港市場的限制，但也可視為是具有開拓可能性的環境，並且針對此弱點加強及設定新的行銷方式。

(2)、深圳場的觀眾則較為多元，青年占大多數，但也可看到中年聽眾參與，顯見中國人口基數大，接觸獨立音樂的樂迷相對來說人數亦更多、年齡層更廣，且雖然中國對於影視音樂的藝文活動限制較多，但到場參加的樂迷與演出者互動熱絡，對歌曲的熟悉度也很高，可明顯感受到臺灣推動獨立音樂外銷已成功達到階段性目標。

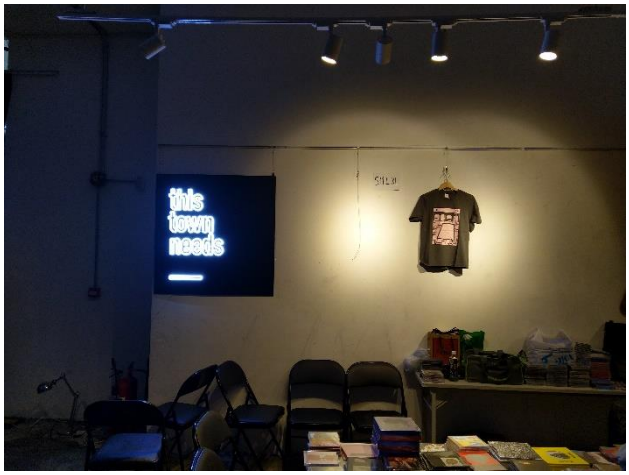

圖 3 香港場舉辦地點 TTN 入口

圖 4 周邊販賣處

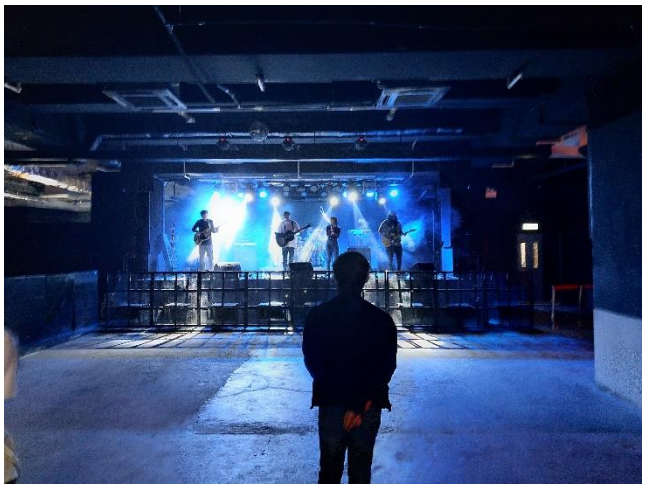

圖 5 演出前彩排

圖 6 觀眾排隊進場

圖 7 香港場正式演出

圖 8 深圳場舉辦地點 HOULIVE

圖 9 HOULIVE 入口

圖 10 演出前彩排

圖 11 觀眾排隊入場

圖 12　深圳場正式演出

（二）香港展演空間之訪察心得

有關其他場館展演空間部分，本次共計考察 3 處，以下依序分述之：實際造訪 1563 at the East，可多少感受到香港音樂展演空間所面臨的現實問題，因地狹人稠，單純的 LIVE HOUSE 在市中心較難營運，所以多數必須以結合餐廳或酒吧等複合式型態才有可能持續經營，但結合餐飲的模式有時在表演上就必須受到臺下觀眾的性質所影響，因為坐在臺下的也可能並非是來欣賞演出的聽眾，而是單純來用餐的客人，於是演出及觀賞品質有時便會大打折扣，但除去此項缺點，1563 at the East 也同時開放場地出租等專場使用的功能，我國歌手韋禮安便曾在此地舉辦簽唱會並有不錯的迴響，顯見 1563 at the East 已逐漸成為香港地區漸受矚目的新興小型展演空間。

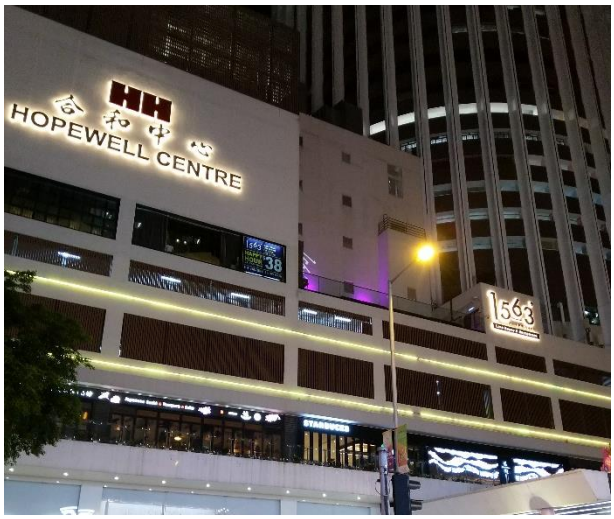

圖 13 合和中心 1563 at the East

圖 14 張潔瑩&王廸康演出

圖 15　1563 at the East 為餐廳結合藝文展演空間

關於九龍灣國際展貿中心，可發現其因距離唯一的地鐵站「九龍灣站」仍有 15 分鐘路程，所以其實交通並不方便，須靠商場安排之接駁工具才可疏散人流，這可能也造成該展演空間的非假日時段幾乎完全沒有安排活動；此外，至場地入口觀察活動進場情形時可以發現，因場地位於商場內部並未有出入口與外連接，在缺乏腹地的情形下，僅能負荷中小型活動的人流，是該場地的弱點所在。不過根據官網活動期程可發現，於此場地舉辦活動的包含各國表演者，例如：韓國、日本、泰國、臺灣及歐美等，其性質則包含演唱會、音樂會、見面會，內容更是包含獨立樂團、K-pop、J-pop、動漫歌手等多元音樂類型，顯見九龍灣國際展貿中心特別設立 Music Zone@ E-Max 的目的已經達成，即希望為香港音樂界散播種子，讓香港樂迷可以接觸更多元的音樂表演。

圖 16 九龍灣國際展貿中心(摘自官網)

圖 17 九龍灣國際 展貿中心 E-MAX 展演(摘自官網)館

圖 18 入場處位於商場內部

位於香港精華地段中環的藝穗會，因該區域為香港古蹟的聚落，有許多英國殖民時期古蹟建築改建之藝文場館座落於此，讓中環除了商業氣息外，增添了一股歷史及文化的古老色彩。藝穗會距離地鐵「中環站」僅需步行 5 分鐘，交通相當方便，建築內部由藝廊、小咖啡廳、小展覽空間及酒吧兼 LIVE HOUSE 所組成，每個空間包含位於地下室的廁所都相當有歷史感，但也改建的相當舒適；本次參訪適逢香港當地獨立樂團「Band Band」及「假日貞操」連袂演出，觀察該場演出可發現將近 100 人的聽眾似乎都相互熟識，也有媽媽帶小孩一起來參與的，整體氣氛很愉快且溫暖，與小呼叫音樂節的氣氛相當不同，而該場地「奶庫」為沿用其牛奶公司時期的牛奶倉庫所改建，雖占地不大，但音響設施、投影設備一應俱全，除獨立音樂者外，亦有定期的爵士樂團在此演出，顯見此 LIVE HOUSE 是相當受歡迎的音樂展演空間，加之其周遭有蘭桂坊、外國記者協會等，對於將香港當地的藝術及音樂作品推展至國際有其地利之便，本次參訪在歷史古蹟中聆聽獨立樂團率性的演出，是一種具有衝突性趣味的有趣經驗，藝穗會的成功案例可作為我國古蹟建築與流行音樂合作進行展演活動之借鏡。

圖 19 藝穗會

圖 20 香港獨立樂團「毋需要太多音樂會」

圖 21 香港獨立樂團 Band Band 演出

二、建議事項

（一）持續針對行銷推廣進行支持，推動亞洲音樂交流並擴展臺灣流行音樂海外展演市場。

原呼叫音樂節經過多年的舉辦，已可明顯感受到不少臺灣獨立單位陸續有較密切的中國港澳地區演出機會，2015 年推出以新星為題的小呼叫音樂節，更讓新進獨立音樂表演者從此開拓了前進中國港澳的機遇，例如：康士坦的變化球、大象體操、詹森淮、孔雀眼、FLUX 等圈內矚目新星，在參加小呼叫前並無機會至中國港澳演出，且自小呼叫音樂節演出後，便陸續參與中國地區的音樂節、商演、或自行舉辦巡演，使小呼叫音樂節舉辦的意義：為獨立新進開拓海外市場圓滿達成。因此在經過本次小呼叫巡演後，期望各組演出者均能持續經營這些地區的音樂市場，讓臺灣獨立音樂持續輸出。

有別於其他充斥著各種商業贊助的商業性質大型音樂節活動，小呼叫音樂節主要

是以門票收入及本局補助所支撐，而門票收入代表樂迷確實支持的具體數據，透過本屆五站演出若能達到收支平衡，則能印證「小呼叫音樂節」從香港、深圳、廣州由南到北往中國市場開拓的策略是正確的。亦期望能持續推動針對流行音樂行銷推廣之相關補助，幫助有心於開拓臺灣流行音樂海外市場之申請單位，使其能成為臺灣獨立音樂於海外的代言，於各地開花結果。

(二) 持續辦理臺灣流行音樂人才培育並鼓勵赴國外參與流行音樂國際活動。

為創造臺灣流行音樂產業持續且活絡的發展，人才培育是一項最不可或缺且最基本的發展策略，透過各種完善規劃的教學、課程甚至實作，使有心進入流行音樂產業或是已在該產業從業，但想持續進修的業界人士皆能獲得最符合需求之學習資源，人才培育因其特質必續具有永續發展之概念，所以如何規劃出最符合時代及產業實際需求，且能兼具深廣度及進階性的培育計畫，是重要且對產業未來是有深遠影響的。

本局為培育流行音樂人才，鼓勵各大學校院以產學合作方式，辦理流行音樂相關專業學程，落實學用合一；同時為強化臺灣流行音樂人才專業實務智能，鼓勵產業界辦理人才培訓活動，以汲取產業新知並與國際趨勢發展接軌，期藉由教育扎根及精進專業職能之雙軌併行，以提高流行音樂人才質量及提升產業國際競爭力；此外，為鼓勵流行音樂業者及產業人士赴海外參與專業音樂活動、進修研習、參與論壇等，本局亦提供相關補助，期能提升臺灣流行音樂於國際市場曝光度，強化專業知能，並與國際發展接軌，使流行音樂產業能增加更多具備國際視野之人才。

肆、參考資料

一、中文部分

1. 文化部影視及流行音樂產業局，2017，《105 年流行音樂產業調查報告》
2. 呼叫音樂有限公司，2018，《2018 小呼叫音樂節企劃書》
3. 陳建瑋，2017，＜分眾時代下台灣流行音樂產業的策略分析＞，元智大學管理研究所在職專班碩士論文。
4. 鄭純如，2005，＜文化創意產業發展策略評估模式之建構及其應用-以台灣流行音樂產業為例＞，銘傳大學傳播管理研究所碩士論文。

二、網路部分

1. 1563 at the East
https://1563.com.hk/zh_hk
2. 2017 中國音樂產業發展報告
http://www.chinambn.com/show-4981.html
3. 2017 中國演出市場年度報告
http://m.ce.cn/fa/gd/201809/11/t20180911_30266164.shtml
4. 九龍灣國際展貿中心官網
https://www.kitec.com.hk/tchi/index.php
5. 吹音樂-悲情城市：香港政府奏起獨立音樂哀歌
https://blow.streetvoice.com/20305-%E6%82%B2%E6%83%85%E5%9F%8E%E5%B8%82%EF%BC%9A%E9%A6%99%E6%B8%AF%E6%94%BF%E5%BA%9C%E5%A5%8F%E8%B5%B7%E7%8D%A8%E7%AB%8B%E9%9F%B3%E6%A8%82%E5%93%80%E6%AD%8C/
6. 吹音樂-惡夢結束？香港活化工廈政策六年禍害
https://blow.streetvoice.com/15065-%E6%83%A1%E5%A4%A2%E7%B5%90%E6%9D%9F%EF%BC%9F%E9%A6%99%E6%B8%AF%E6%B4%BB%E5%8C%96%E5%B7%A5%E5%BB%88%E6%94%BF%E7%AD%96%E5%85%AD%E5%B9%B4%E7%A6%8D%E5%AE%B3/
7. 香港流行音樂發展史
https://www.wenku1.com/list/%E9%A6%99%E6%B8%AF%E6%B5%81%E8%A1%8C%E9%9F%B3%E4%B9%90%E5%8F%91%E5%B1%95%E5%8F%B2/
8. 香港旅遊發展局：演藝場地

http://www.discoverhongkong.com/tc/see-do/arts-performance/arts-venues/index.jsp
9. 維基百科：九龍灣展貿中心
https://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%B9%9D%E9%BE%8D%E7%81%A3%E5%9C%8B%E9%9A%9B%E5%B1%95%E8%B2%BF%E4%B8%AD%E5%BF%83
10. 維基百科：粵語流行音樂
https://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%B2%B5%E8%AA%9E%E6%B5%81%E8%A1%8C%E9%9F%B3%E6%A8%82
11. 藝穗會官網
http://www.hkfringeclub.com/zh/about