

出國報告（出國類別：考察）

# 「2024 年美國南方音樂節(SXSW)展 演活動」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：林約僱助理念儀

派赴國家/地區：美國奧斯汀

出國期間：113 年 3 月 10 日至 3 月 18 日

報告日期：113 年 5 月 9 日

## 摘要

SXSW (South by Southwest) 為北美最具規模之複合式展會，本局多年持續選薦臺灣藝人團體參演 SXSW 音樂節，透過參與國際音樂活動，吸引國際策展人、經理人及買家關注，促成臺灣流行音樂產業國際商機。本年度「2024 年美國南方音樂節 (SXSW) 展演活動」選薦六組臺灣藝人團體，首次更換場地並以雙舞台形式辦理 showcase 演出，增加辦理下午 day party 活動深化宣傳效益，由於音樂產業變化快速，爰派員前往了解本次活動執行情形，觀察 SXSW 音樂節及展會整體活動趨勢，觀摩各國及策展品牌活動辦理狀況，做為未來辦理參與國際音樂節經驗之參考。

# 目錄

壹、前言 .....	4
貳、行程安排與參訪重點 .....	4
參、參訪觀察與心得 .....	6
一、SXSW 活動觀察 .....	6
二、音樂演出活動 .....	8
(一)臺灣 Taiwan Beats Showcase .....	9
(二)英國 The British Music Embassy .....	10
(三)加拿大 .....	12
(四) 德國 German Music Export by Initiative Musik .....	12
(五)澳洲、義大利、愛爾蘭 .....	13
(六) 第六街至第十街東邊場地 .....	15
(七)其他演出活動及場地 .....	19
三、其他參訪行程 .....	22
(一)拜會奧斯汀影委會 (Austin Film Commission)、音樂中心 (Austin Music Office) .....	22
(二)論壇 .....	22
(三)展覽 .....	23
肆、建議事項 .....	25
一、立即可行建議：精進行銷宣傳活動 .....	25
二、中長期建議：持續鼓勵我國藝人參與國際音樂活動，並與國際策展單位 建立良好關係 .....	26

## 壹、前言

作為北美最具規模之複合式展會 South by Southwest (SXSW)，辦理展示型的展覽、音樂演出活動、影視作品播映及座談、邀請各產業菁英於論壇傳遞想法等多樣類型活動，是大型的交流與媒合平台，多名知名歌手如 Dua Lipa、SZA、Lizzo 等曾在音樂事業卓越成功前於 SXSW 音樂節演出，而近年來影視方面是星光熠熠，知名影星 Keanu Reeves、Anne Hathaway、Ryan Gosling、楊紫瓊都曾參與 SXSW 的電影首映活動，另外許多科技新創公司也都在這裡發表產品或技術，吸引各產業人士參與，2023 年整體活動為奧斯汀帶來美金 3.8 億產值<sup>1</sup>，不難看出其重要性。

為拓展我流行音樂國際市場，打造品牌形象，吸引國際策展人、經理人及買家關注，促成臺灣流行音樂產業國際商機，文化部影視及流行音樂產業局（以下簡稱本局）於國內辦理金曲國際音樂節、世界音樂節邀請國際音樂產業人士參與，在輸出方面則是選薦臺灣藝人參與國際音樂節，遍及歐美亞三洲包含英國、德國、美國、加拿大、日本、韓國、新加坡、印尼等國家，本局自 100 年起持續組團參與美國南方音樂節 (SXSW)，包含今年已成功輔導推薦超過 50 組藝人團體前往參演。本次參訪藉由觀察 SXSW 音樂節及展會整體活動策辦的趨勢，觀摩各國及策展品牌活動辦理狀況，以拓展經驗及視野應用於未來參與國際音樂活動。

## 貳、行程安排與參訪重點

本次考察行程自 2024 年 3 月 10 日至 3 月 18 日共 9 日，扣除往返及轉機時間，實際參與活動約 6 日，由於 SXSW 展會活動包含音樂活動、電影、論壇、創意產業展覽、XR 展示等，種類議題多元且有上千場次，本次考察多著重與音樂產業相關活動，以及各國、各品牌策展單位辦理 showcase 情形，以利做為未來辦理參與國際音樂節經驗之參考。

日期	行程	參訪重點
3月10日	臺灣飛往美國洛杉磯轉機，於美國當地時間晚間 8 時許抵奧斯汀。	去程
3月11日	1. 參觀創意產業展覽 (Creative Industries Expo) 2. 參觀 XR 展 (XR Experience)	參觀 SXSW 創意產業展覽及其他國家 showcase 辦理情形

<sup>1</sup> <https://www.sxsw.com/facts-figures-quotes/>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. 參觀 Ireland House、Euro Tech House</li> <li>4. 參觀 SXSW 贊助商活動 Porsche Full Service、The Delta Lounge</li> <li>5. 參觀 Mogwai (showcase at Austin City Limits Live at the Moody Theater)</li> <li>6. 觀摩日本 Tokyo Calling Showcase</li> </ol>	
3月12日	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 上午與臺北市政府文化局副局長陳譽馨、臺北市電影委員會等共同拜會奧斯丁影委會 (Austin Film Commission) 主任及音樂中心 (Music Office) 行銷主管等。</li> <li>2. 參與 Taiwan Beats Day Party 活動</li> <li>3. 參觀 Canada House</li> <li>4. 觀摩義大利「Spritz, Tech &amp; Sounds - Italian Night」</li> <li>5. 觀摩日本 Inspired By Tokyo Showcase</li> <li>6. 參與 Taiwan Beats Showcase</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確認 Taiwan Beats Showcase 及相關活動執行順利</li> <li>2. 觀摩其他國家 showcase 辦理情形</li> </ol>
3月13日	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 參觀音樂品牌 Marshall Funhouse 活動</li> <li>2. 參觀滾石音樂辦理 Rolling Stone's Future of Music Showcase</li> <li>3. 觀摩德國 German Music Export by Initiative Musik 辦理 showcase</li> <li>4. 觀摩冰島 Iceland Airwave Showcase</li> <li>5. 觀摩美國廠牌 Italians Do It Better、音樂節品牌 FOCUS Wales 辦理 showcase</li> <li>6. 觀摩 The Spanish Wave Showcase</li> </ol>	參觀其他國家及知名商業品牌舞台辦理情形
3月14日	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 觀摩澳洲館 SXSW DAY PARTY: Sounds Australia 活動</li> <li>2. 觀摩媒體 FLOOD Magazine、行銷公司 Planetary Group 辦理之音樂活動</li> <li>3. 參觀 UK House</li> <li>4. 觀摩媒體 Jaded 辦理之 FRIENDS:FOREVER day party 及 Showcase</li> <li>5. 參觀 Billboard's THE STAGE</li> </ol>	參觀本國藝人 showcase 以及商業品牌舞台辦理情形

	6. 原定觀摩 Music From Ireland (取消) 7. 觀摩 WOMEX、Italia Music Export 辦理之 showcase 8. 參觀本國藝人大支演出之 International Hip Hop Showcase	
3月15日	1. 參加論壇 panel 對談「TikTok & BBC: Bridging The Gap Between Creators & Broadcast」、專題演講(Featured Session)「Top Entertainment Trends for 2024: What the Data Says」 2. 參觀 Radio Day Stage 演出活動 3. 參觀 International Day Stage 演出活動 4. 原定觀摩 Full Irish Breakfast (取消)	參與論壇兩場、參觀 SXSW 官方 stage 兩場辦理情形
3月16日至3月18日	1. 原定參觀聯合 KUTX Rock The Shores 策辦之 SXSW Community Concerts at Lady Bird Lake (換場地) 2. 德州奧斯汀→舊金山→臺北	1. 原定參觀 SXSW 大型社區演出活動因氣候因素臨時調整場地故未能實際參與 2. 回程

## 參、參訪觀察與心得

### 一、SXSW 活動觀察

SXSW 自 1987 年創辦以音樂為主題，辦理音樂節及論壇，1994 年加入電影及互動活動，而今 SXSW 活動主要分為論壇 (Conference)、音樂節 (Music Festivals)、電視電影節 (Film & TV Festivals)、喜劇節 (Comedy Festivals)、展覽 (Exhibitions)，2024 年活動自 3 月 8 日至 3 月 16 日舉辦，其中音樂節為 11 日至 16 日。

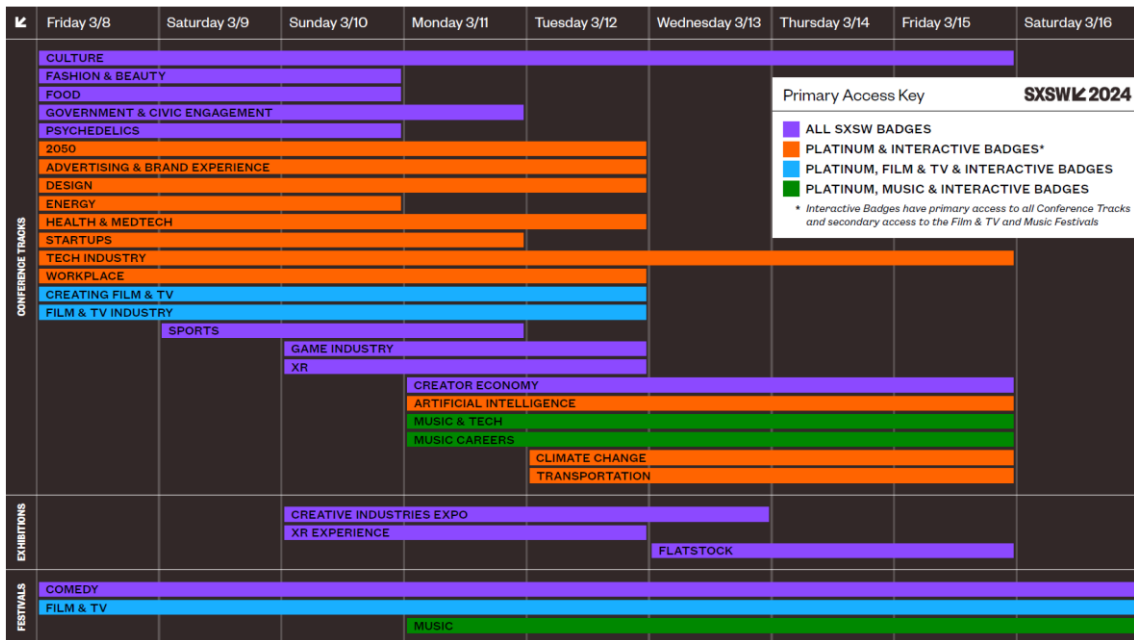


圖 1：SXSW 活動期程表（資料來源：SXSW 官方網站）

活動數據報告<sup>2</sup>顯示今年論壇 1,702 場、音樂節 showcase 271 場、影視放映上百部，除此之外，許多各國單位或策展品牌租借場地辦理整天的活動，英國和加拿大以國家館形式從白天自辦活動到晚上 official showcase，而也有國家如德國、義大利則分散於各場館辦理活動，因應各策展單位參與 SXSW 活動目的而發展不同的參展策略。另外展會期間有許多特別活動，像是今年的贊助商 PORSCHE 在商業區第四街轉角的 Brazos Hall 展示多部車以及體驗空間，DELTA 同樣在第四街的 Estelle’ s 營造一個舒適的體驗空間，目的都是打造平台及空間提供產業人士進行交流。

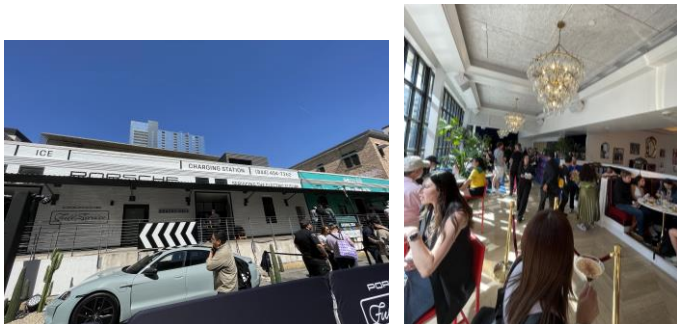


圖 2-3：圖左為 PORSCHE 的場外展示，圖右為 DELTA lounge 的交流活動

SXSW 活動入場證（badge）依據活動參與類別分為白金（Platinum Badge）、互動（Interactive Badge）、音樂、影視共四種，每一種 badge 可以參與的活動內容及入場順序皆不相同，白金可參與並優先入場所有活動，音樂則可優先入場 showcase 演出及音樂主題論壇，其餘活動則為第二順位入場或無法參與；入場順序除了依照 badge 種類外，SXSW 依照各類 badge 每日提供不同數量的「SXXpress

<sup>2</sup> <https://www.sxsw.com/facts-figures-quotes/>

Passes」，每日早上 9 點開放登記，可最優先入場登記到的活動。Badge 售價則分種類及期間不同，今年活動尚未結束即已開放明年 badge。

	PLATINUM	MUSIC	INTERACTIVE	FILM & TV
20230316至20230331 RATE	\$1,295	\$595	\$995	\$895
20230801至20230914 RATE	\$1,365	\$630	\$1,050	\$945
20230914至20241109 RATE	\$1,465	\$730	\$1,150	1045
20231109至202401	\$1,675	\$835	\$1,360	\$1,255
202401至20240201	\$1,835	\$890	\$1,445	\$1,345
20240201至20240302	\$1,990	\$945	\$1,595	\$1,495
WALK UP RATE	\$2,095	\$995	\$1,695	\$1,595

圖 4：觀察入場證售價結構，2024 年活動分為七段期間不同價格。

2024 年官網做微幅度的視覺調整，並將原來的公告（announce）及活動訊息（news）合併，搜尋官方發布的資訊時更便利。所有活動可以在活動行程網頁（SXSW Schedule）及手機 App「SXSW Go」上搜尋，可以活動主題類別搜尋，或是以場地、策展單位、論壇講者等進行搜尋，介面大同小異，細節上還是有一些差異，如網頁版以場地搜尋會以日為單位顯示各活動，app 沒有分類較難看出同場地但策展單位的不同；app 可以發訊息給所有參與 SXSW 的產業人士也就是 badge 持有者以及顯示附近活動的功能，是網頁版沒有的功能。

## 二、音樂演出活動

今年有超過 1,200 組藝人於 65 個場地進行演出，共計 6 日的 official showcase 音樂節約有 14 萬參與人次，整體數據略低於 2023 年活動。音樂演出活動可分為 SXSW 主辦單位及各國策展品牌或單位（Presenter）辦理，SXSW 策畫 Day stage、Second Play Stages 以及免費的社區大型音樂活動，而各單位辦理活動可粗略分為白天及晚上，白天租借場館大多以音樂演出或論壇形式辦理交流做為宣傳，部分免費活動事先預約後可入場參與，晚上 SXSW official showcase 必須持 badge 入場，部分場館活動有提供現場售票。

演出地點大多為酒吧或是餐館，也有飯店的宴會廳，皆非專業音樂場地使用，因此場地規模上的限制、不完善的器材設備，考驗著演出者的現場應變能力。場地大部分皆供應付費或免費酒水，禁止攜帶任何食物飲料甚至是水，因此入場除了出示身分證(或護照)外，工作人員會檢查攜帶的隨身物品，在臺灣中大型場館演出活動上較不常見，應為臺美在看表演上最大的差異。

而今年在 SXSW 活動前夕，為了抵制美國軍隊 U.S. Army 作為 2024 年 SXSW 的六大超級贊助商之一，CNN、Time 雜誌、德州當地新聞媒體 The Texas Tribune 等多家媒體報導多組音樂藝人取消 SXSW 官方或 SXSW 所有演出活動表示抗議，根據紐約時報報導截至音樂節第三天有超過 80 組的演出藝人以及論壇演講者取消參與 SXSW。從藝人到策展單位都有取消活動辦理，由政府支持的愛爾蘭活動則是因為多組藝人決定不參與演出，發表聲明取消 official showcase 演出「Music From Ireland」以及白天活動「Full Irish Breakfast」；而本年 Taiwan Beats Day Party



活動邀請新加坡樂團 Subsonic Eyes，在演出活動前一天取消於 SXSW 所有演出。

#### (一)臺灣 Taiwan Beats Showcase

本局多年來持續選薦臺灣藝人參演 SXSW 音樂節，由滅火器、持修、Gummy B、夢東 Mong Tong、恐龍的皮、Majin 等 6 組作為今年參演藝人。本年首度以雙舞台形式擴大辦理 showcase，場地自往年容納約 500 人的 Elysium 轉移至可容納約 1,000 人並且擁有室內及室外舞台的 Palm Door On Sixth，位於奧斯丁最多酒吧的第六街。

為提升參演效益，今年嘗試於 showcase 演出當日 3 月 12 日下午舉辦 Day party 活動，邀請日本、韓國 3 組藝人 Wez Atlas、HYPNOSIS THERAPY、The fin. 演出，結合現場提供的多樣臺灣特色小吃，以加深宣傳晚上 Taiwan Beats Showcase。除了辦理下午活動，首次與 SXSW 主辦單位策辦之 Music Opening Party 於同一天同一場地辦理 showcase，並接續於該活動後，以觸及更多音樂產業人士。透過各種宣傳型式，本年 Taiwan Beats Showcase 演出前有不少持有 badge 產業人士、現場購票之歌迷排隊入場，本年 showcase 參與活動約為 2,500 人次；另詢問現場 SXSW 志工表示，每一 showcase 活動現場購票規定不同，Taiwan Beats Showcase 現場購票為每人 10 美金並採現場刷卡支付。

除了在 Taiwan Beats Showcase 的演出外，同時鼓勵臺灣參演藝人在 SXSW 期間積極參與媒合活動及演出以爭取更多曝光機會，本年有 3 組藝人受邀於其他展單位活動上參演，夢東、持修獲策展單位 Jaded 邀請於 3 月 15 日 day party 活動演出，恐龍的皮於 3 月 16 日登上奧斯汀電台 KUTX 於湖邊策辦的大型社區演出活動 (Community Concert；由於天氣因素，演出當日公告場地改為 Palm Door On Sixth)，夢東於同日在 SXSW 主辦單位策辦的 Second Play Stage 演出。



圖 5-6：Day Party 活動現場，恐龍的皮與日本藝人 Wez Atlas(左圖)及音樂產業人士(右圖)互動。



圖 7-8：Day Party 現場布置以及提供臺灣特色小吃，室外場地適合辦理白天交流活動。



圖 9-11：Taiwan Beats Showcase 辦理情形，圖左為開演前排隊人潮，中間及圖右分別為 Majin、持修於室外場地演出情形。

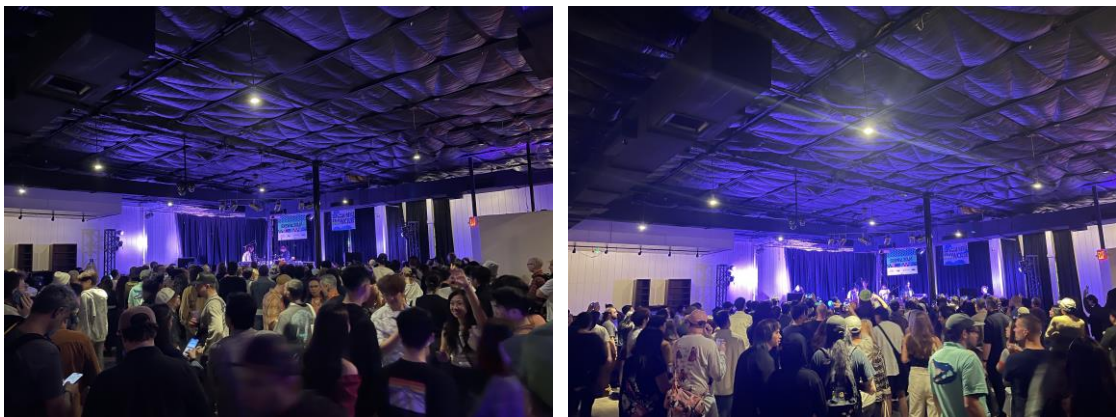


圖 12-13：圖左及圖右分別為夢東、滅火器於室內場地演出情形，最後一組滅火器演出人潮依然不減。

## (二)英國 The British Music Embassy

由英國政府支持辦理的國家館 UK House，設館自 3 月 9 日至 3 月 16 日，幾乎為整個 SXSW 展期，場地位於地理位置較偏僻的第十街東邊，附近為綠地、停車場及政府單位，街上人潮較少，入場先有室外露天草地及為本次活動搭建的舞台，場地腹地大粗略檢視應可至少容納 1,000 至 2,000 人，並階梯式延伸連結至上房室內場館及另設有一小型室外舞台，室內空間則與飯店合作作為論壇及媒合交流場地。

3月9日至12日白天活動以論壇為主軸，包含音樂、影視、運動、品牌行銷、科技等多元化議題約70場活動，同時有圓桌會議、產品展示空間提供產業人士媒合交流。晚上的音樂演出，前兩天採預約制 unofficial 演出活動，接下來幾天 official SXSW showcase 由英國唱片廠牌 Fierce Panda、巡迴代理(booking agency) ATC-Live、媒體 BBC Introducing、The British Music Embassy 策辦 official showcase，而3月13日至16日下午演出活動則由媒體 LICKS MAGAZINE、音樂節品牌 OUTPUT BELFAST、媒體 CLASH MAGAZINE、音樂公司 PROPAGANDA，推廣超過50組英國藝人。英國館多樣化的活動已具備一個小型展會規模，整合跨領域的政府單位、民間企業的活動，在宣傳上除在街頭各處可見張貼的文宣外，活動現場發送帆布袋、T-shirt，網路宣傳則有官網詳細載明每場次活動及講者、演出者簡介，並提供數位版的手冊分別簡介參展公司、聯絡方式，以及每日演出活動、藝人介紹。



圖 14-15: 圖左為活動文宣張貼於 convention center 附近增加曝光；圖右為 UK House 入口。



圖 16-17: 圖左為室外場地，現場進行英國搖滾樂團 Ash 演出；圖右為另一小型室外場地。



圖 18-20: 圖左為室內場地入口，中間圖為音樂品牌 Bowers & Wilkins 在現場進行商品展示，圖右為室內交流空間。

### (三)加拿大

Canada House 由加拿大政府單位 Telefilm Canada 主辦，並獲該國政府及民間單位包含駐達拉斯領事館（Consulate General of Canada to the United States, in Dallas）、加拿大獨立音樂聯盟 CIMA、魁北克省單位 Investissement Québec International、溫哥華民間單位 Frontier Collective、加拿大 Simon Fraser 大學、政府機構 Ontario Creates 所支持辦理，加拿大館活動自 3 月 8 日至 3 月 14 日，另同時於 SXSW 的 XR 展覽上設展，展示 12 部作品。

今年同於去年於 Swan Dive 辦理加拿大館，位於附近有多間酒吧的第七街東邊，該場地有室內及室外雙舞台，以國家代表色紅色作為主色調宣傳，除了印製宣傳物外，場內做了許多布條、掛旗、燈條做場佈，就演出場地來說室內及室外可容納觀眾人數偏小。前五日白天帶來論壇、meet up 等交流活動，橫跨音樂、電影、科技等議題，13、14 日下午由 CIMA 舉辦 24 組演出活動並提供烤肉，3 月 11 日晚上起至 3 月 14 日晚上進行 SXSW official showcase 演出，由唱片廠牌 Mothland、Paper Bag Records、音樂節品牌 M for Montreal、POP Montreal、Break Out West 分別策辦室內及室外演出。

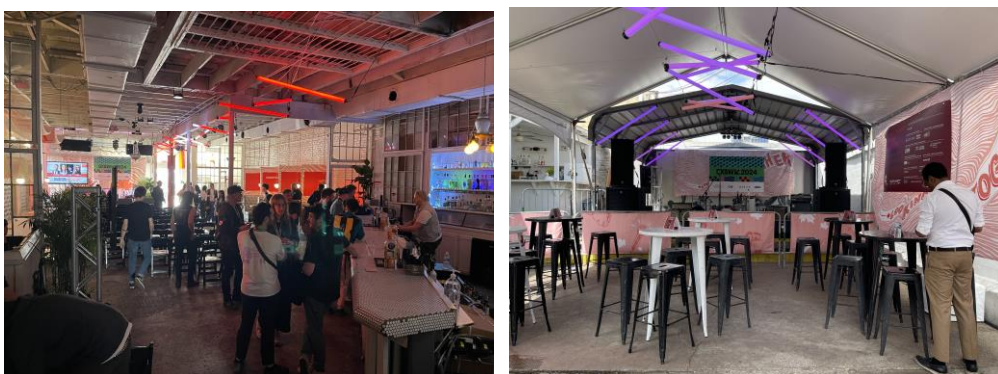


圖 21-22：加拿大館白天室內及室外場地。



圖 23-25：圖左為場地門口以燈條及布條布置，在晚上顯得特別搶眼。中間圖及圖右為晚上室外及室內演出情形。

### (四) 德國 German Music Export by Initiative Musik

由德國政府德國聯邦經濟事務與氣候行動部( Federal Ministry for Economic Affairs and Climate Action, BMWK )支持的活動，由受政府資助的機構 Initiative

Musik 所辦理，辦理論壇、兩場 official showcase、以及 BBQ 交流活動。因應音樂類型，3 月 12 日及 13 日分別在場地 Central Presbyterian Church 以及 Coconut Club Rooftop 各別進行古典音樂（modern classical music）及電子音樂風格演出，本次參與在 Coconut Club Rooftop 辦理的電音 showcase，場地位於偏西邊第四街，附近僅有少數 showcase 場地，處於較多高樓林立地點，演出位於 2 樓戶外露天，是一般美式戶外設有座位區的場地，現場氣氛熱絡，觀眾人數已接近場地可容納數量。另 3 月 15 日下午辦理 BBQ 活動，同樣有音樂演出並供應酒水點心，活動採預約制。



圖 26：德國 13 日電子音樂演出現場。

#### (五)澳洲、義大利、愛爾蘭

澳洲館 Australia House 由非營利組織 The American Australian Association 辦理，自 3 月 10 日 3 月 15 日現場辦理橫跨科技、音樂等的論壇、科技展示、現場音樂演出等交流活動，並提供免費咖啡、酒水，不同於英國和加拿大音樂節期間每天都有音樂演出，共計 27 組藝人 30 場演出，澳洲館今年僅於後兩日 3 月 14、15 日由 Sounds Australia 以及音樂節品牌 BIGSOUND 舉辦白天的 day party 音樂活動，並未辦理 Official SXSW Music Showcase。與去年相同，澳洲館在 Rainy Street 上的場地 Lucille 舉辦，地理位置在 SXSW 整體活動範圍最南端，這一條街上的餐館大部分有室外庭院，雖然有幾處正進行工程建設，不過仍然看得出這一區營造出的愜意氛圍不同於第六街及第七街；Lucille 同樣有室內及室外舞台，在門口架設 LED 拱門顯示當日演出藝人及時間，場內布置以藍色為主色調的背板、布條等，室內及室外場地偏小可容納人數不多，經事後查詢，該場地在 SXSW 活動期間僅有澳洲館租借使用。

義大利今年舉辦兩場屬於特別活動的音樂演出，由義大利政府單位 Italian Trade Agency 支持，3 月 12 日由 ITA 策辦「Spritz, Tech & Sounds - Italian Night」，邀請 3 組義大利藝人演出，惟觀察宣傳卡僅以兩行文字露出關於演出藝人訊息，推測該活動辦理目的係為提供本年參與 SXSW 創意展覽的義大利科技及新創公司與產業人士進行交流的空間，場地 Parkside 位於第六街上，演出舞台設置於 2 樓室內，另有戶外露天空間可俯瞰第六街街景，現場供應免費義大利調酒，適合辦

理媒合等交流活動。第二場活動由 ITA 與音樂公司 Italia Music Export 合作於 3 月 14 日在場地 Marlow 舉辦「Ciao SXSW!」，推廣 6 組義大利藝人，不同於一般演出架高的演出舞台，現場舞台僅高於地面一點並設於場地的一個角落，場地雖不大但演出開始時觀眾滿場，現場同樣供應免費義大利調酒。

愛爾蘭活動分為愛爾蘭外交部以 Ireland House 為名舉辦論壇交流以及由愛爾蘭單位 Music From Ireland 策辦的音樂演出活動，白天的論壇於 3 月 11 至 13 日在 Marlow 舉辦，議題同樣多樣化的涵蓋音樂、電影、科技等內容。而音樂演出活動，由愛爾蘭文化部支持的單位 Music From Ireland 原定於 3 月 14 日以及 3 月 15 日分別辦理 official showcase 以及白天活動「Full Irish Breakfast」，場地分別在東邊第六街 The Velveeta Room、Flamingo Cantina，於前述所提今年為抵制 SXSW 贊助商，兩場音樂活動在 3 月 12 日發表聲明取消演出。



圖 27-29：圖左為澳洲館入口以 LED 拱門布置；中間圖推測應是作為前面幾日的論壇空間，14 日提供現場產業人士交流，圖左為室外現場演出。

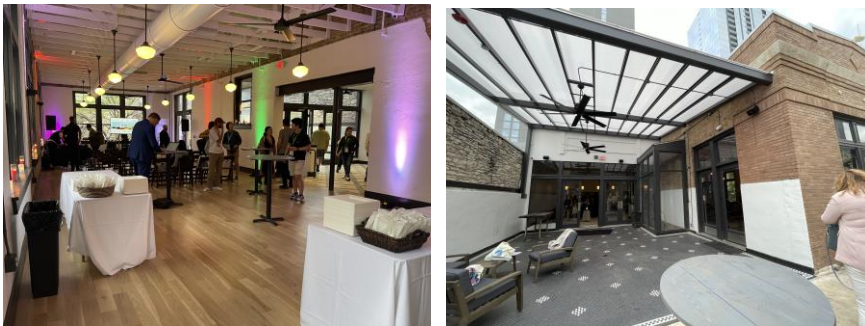


圖 30-31：為義大利於 12 日舉辦產業交流會，室外空間腹地大，適合做交流媒介。

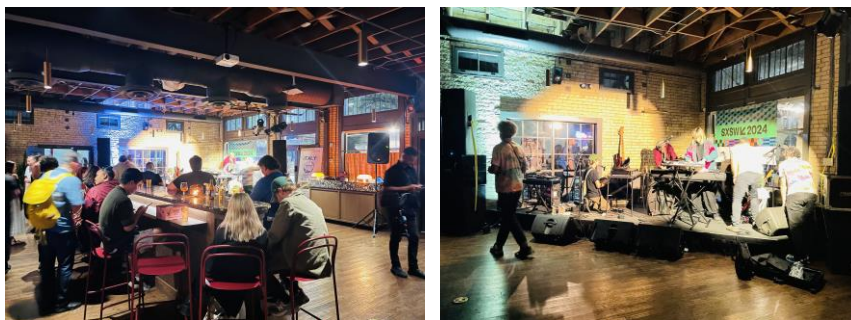


圖 32-33：義大利於 14 日舉辦 showcase 演出，現場有一位經紀人在場內詢問持有

badg 人士是否特別來聽正在設置器材的 Maria Chiara Argirò 的演出。



圖 34：Ireland House 場外布置吸引人注意。

## (六) 第六街至第十街東邊場地

### 1. Empire Garage：媒體 Jaded

以推廣亞洲娛樂品牌為名的媒體 Jaded 舉辦「FRIENDS:FOREVER」，由於去年演出活動及宣傳效益的成功，今年擴增舉辦兩日 3 月 14 日及 3 月 15 日活動，包含下午 SXSW Day Party 活動以及晚上 official showcase 演出，場地移至 Empire Garage，有室內及室外舞台，室外舞台的空間腹地大另有搭建遮雨棚，目測應可容納至少 700 人，下午活動設立指甲彩繪、拍貼機並贈送飲料及小點心等吸引人潮，我國藝人夢東及持修獲邀於 3 月 15 日演出。



圖 35-37：圖左及中間圖分別為室外及室內場地，圖右為 14 日參觀日本藝人 STUTS（曾任第 11 屆金音獎評審）演出。

### 2. The Creek and the Cave Backyard：英國音樂節品牌 FOCUS Wales

英國音樂節品牌 FOCUS Wales 於 3 月 13 日舉辦，推廣 6 組英國藝人，場地並無做太多佈置，僅有一塊置於舞台牆上的布條，就只有辦理一晚的活動尚屬合理，場地大小屬中型應可容納約 500 人，現場觀眾雖未全滿但多數為持有 badge 觀眾入場。



圖 38-39：音樂節品牌 FOCUS Wales 場地及現場演出情形。

### 3.Elysium：日本民間單位、美國唱片公司、中國音樂節品牌

日本兩場 showcase 連續兩天於同一場地舉辦，皆為民間單位辦理，第一場 3 月 11 日 Tokyo Calling 由音樂公司 The Orchard(日本)支持 showcase 活動，推廣 6 組日本藝人，第一天活動場外掛有兩天活動的布條並張貼文宣 DM，場內則是有小張明信片大小的文宣品，並同時販售藝人周邊商品，因演出已經為第 4 組藝人演出，入場時並無排隊人潮，現場觀眾人數約有八成，就觀察持有 badge 的人並不多，連續兩組藝人演出的氣氛熱絡。第二場由日本數位發行公司 FRIENDSHIP.策辦 Inspired By Tokyo 於隔日 3 月 12 日辦理，同樣推廣 6 組不同的日本藝人，由於參觀的是第一組藝人演出，現場觀眾人潮比起前一天少許多。

美國唱片公司 Italians Do It Better 於 3 月 13 日辦理，經研究該 showcase 以及廠牌與義大利無直接關聯，本次推廣美國及德國共 6 組藝人。該場地係往年 Taiwan Beats Showcase 辦理場館，本國活動多著重於音樂演出，經觀察該活動第 5 組藝人 Johnny Jewel 以電子音樂並設計燈光效果，加深營造電音體驗氛圍，可見現場演出的製作完整性以及魅力。

致力於呈現東方音樂文化內容的中國音樂節品牌「有朋自東方來 Friends From The East」3 月 15 日晚上於 Elysium 辦理，7 組藝人來自中國、日本、美國、澳洲等地，本場次因時間因素未能參與。





圖 40-41：3 月 11 日日本 Tokyo Calling 辦理情形，參觀歌手 CHAMELEON LIME WHOOPIEPIE、樂團 Tokyo Syoki Syodo 演出，氣氛熱絡。



圖 42-43：圖左為 11 日晚上及於場外搭起連續兩日的日本活動宣傳，圖右為藝人印製參與三場 SXS 演出做宣傳。



圖 44-45：美國唱片公司舉辦的 showcase，充滿電音元素，看出同一場地的更多可能性。

#### 4. Valhalla：美國音樂行銷公關公司 Planetary Group

美國音樂行銷公關公司 Planetary Group 於 3 月 14 日辦理白天 SXS 官方 Day Party 以及晚上 official showcase 演出活動，場地 Valhalla 於第七街及第八街之間，非處在大部分 showcase 演出場地核心的地理位置，場館雖大但因為空間的分隔，使的主要演出舞台可容納的觀眾人數不多，雖有 2 樓看臺不過腹地不大，最多只能容

大約 200 至 300 人。



圖 46-47：Valhalla 場地現場演出情形。

#### 5. Mohawk Outdoor：美國媒體 FLOOD Magazine

美國媒體 FLOOD Magazine 於 3 月 14 日策辦免費的白天音樂演出活動「FLOODfest」，場地接近第 10 街，非多數 showcase 演出場地核心處，戶外露天階梯式的場地約可容納一千人，因場內已達人數上限，排隊人潮多，另有設置專屬 VIP 空間。



圖 48-50：美國媒體 FLOOD Magazine 於場地 Mohawk Outdoor 現場演出情形。

#### 6. Flamingo Cantina：音樂節品牌 WOMEX



圖 51：WOMEX 於 3 月 14 日辦理 6 組藝人演出，位於第 6 街，場地形式大小與 Valhalla 相似，觀眾容納人數大約只有 200 人，現場為樂團 LAIR 演出，觀眾隨音樂擺動氣氛良好。

(七)其他演出活動及場地



圖 52：3 月 14 日參觀本國藝人大支演出之 International Hip Hop Showcase，大支帶領 4 位臺灣饒舌歌手輪番演出，現場活動熱絡，結束後與同場 showcase 的饒舌歌手互動。



圖 53-54：參觀西班牙 The Spanish Wave showcase，場地在橫跨高速公路的場地 Shangri-La，為室外露天場地，附近看不出有其他 SXSW 演出活動，可惜的是到場時演出已結束。



圖 55-56：參觀冰島 Iceland Airwave showcase，場地在 Victorian Room at The

Driskill，位於第六街的四星飯店裡，二樓有看台以及座位提供飲食，現場氛圍營造與音樂類型非常契合。



圖 57-59：參觀音樂品牌 Marshall Funhouse 活動於橫跨公路的場地 Parish 辦理



圖 60-62：參觀蘇格蘭後搖樂團 Mogwai 在 3 月 11 日於 ACL Live at the Moody Theater 演出，可容納 2,750 人場地，Mogwai 紀錄片同時在 SXSW 影視活動上播映。

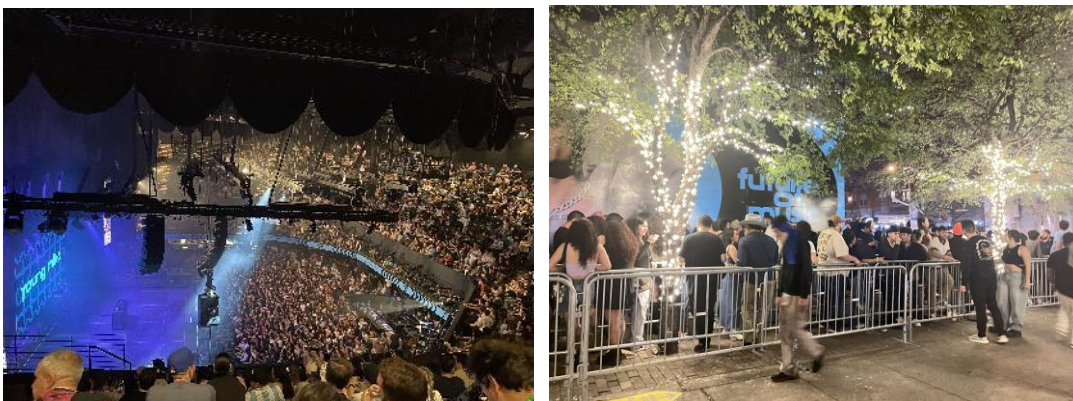


圖 63-64：滾石音樂辦理連續 5 日的 Rolling Stone's Future of Music Showcase，同樣於 ACL Live at the Moody Theater 演出，活動對外開放大眾於演出前預約，在預約網站上也同時說明，預約並不代表入場，本次參與 13 日歌手 Young Miko 演出，幾乎滿場，座位席有許多觀眾站起來隨音樂跳舞。



圖 65-66：美國音樂告示牌 Billboard 辦理 Billboard's THE STAGE at SXSW 活動，開演前一小時即有排隊隊伍，當日以 SXXpress Passes 預約活動，故本次最優先入場，另本次活動對外公開於美國最大售票網站 ticketmaster 上販售，場地位於市區北邊的大型戶外場地 Waterloo Park。



圖 67-68：入場期間，現場大型螢幕輪播本次 SXSW 贊助商，本場活動有特別專屬於 Delta 以及 Billboard 座位保留區。



圖 69-71：由官方聯合品牌策辦的活動，圖左係於 Convention Center 辦理 Radio Day Stage 活動，該舞台活動自 13 日至 15 日聯合廣播電台媒體舉辦，本次參觀 15 日第 66 屆葛萊美獎最佳唱片包裝獎得主 Dry Cleaning 之演出，由美國 NPR Live Session Stations 策辦。中間圖於 Registrant Lounge 辦理的 International Day Stage 活動，右圖 Community Concerts 於 Lady Bird Lake 湖邊搭建的演出場地，16 日活動因天氣因素臨時調整場地於 Palm Door on Sixth。



圖 72：奧斯丁隨處可見音樂演出，圖為表演者開著改裝的露營車停靠於路邊表演。

### 三、其他參訪行程

#### (一)拜會奧斯汀影委會（Austin Film Commission）、音樂中心（Austin Music Office）

經駐休士頓辦事處臺灣書院接洽，於 3 月 12 日早上拜會影委會主任 Brian Gannon、音樂中心行銷主管 Omar Lozano 以及電影音樂行銷專員 Andrew Vela，Omar 提到電影和音樂分屬兩個領域，行銷方式依據地域性有所不同，目標對象也不一樣，Omar 過去曾經辦理 SXSW 的 showcase，表示場地非常重要，並且應找到更多以臺灣文化作為切入點的方式進行交流，例如臺灣當地的食物、特色飲料甚至是烘焙點心，像是他前一天參加巴西聖保羅的體驗活動，現場提供巴西莓果碗 (Acai Bowl)、調酒、音樂，國家或城市文化體驗能夠更深入的連結整體活動。

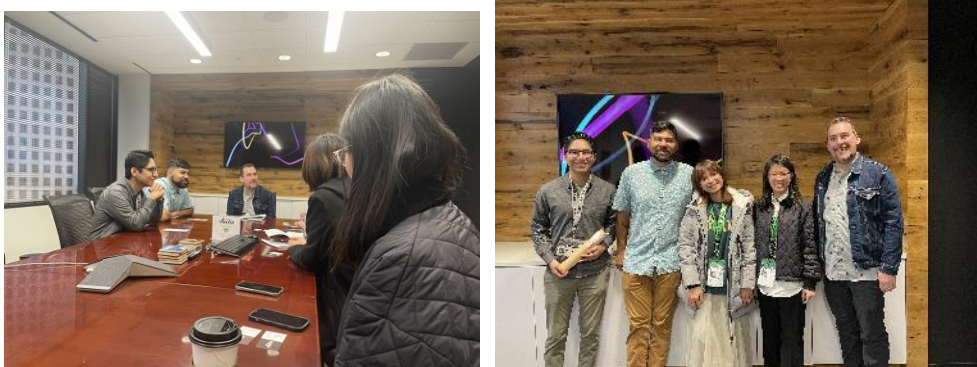


圖 73-74：圖左為本次拜會對談情形，圖右右 1 為影委會主任 Brian Gannon、左 2 為音樂中心行銷主管 Omar Lozano、左 1 為電影音樂行銷專員 Andrew Vela。

#### (二)論壇

從文化、音樂、影視、科技到時尚、品牌、設計、運動、遊戲等多樣化議題，從形式上除了 panel 對談、演講、還有 meet up、mentor 等活動，提供產業人士媒合交流，而大部分 panel、演講場次可以在 SXSW 活動行程網頁上收聽錄製內容。本次參與 panel 對談主題為「TikTok & BBC: Bridging The Gap Between Creators

& Broadcast」，由兩位抖音公司代表、一位 BBC 代表以及一位內容創作者，討論內容創作者如何透過傳統媒體建立新的行銷模式以及成功案例，可於 SXSW 網頁上收聽該場次內容<sup>3</sup>。另一場專題演講 2024 年的娛樂趨勢「Top Entertainment Trends for 2024: What the Data Says」，由 LIMINATE 執行長 Rob Jonas 擔任講者，內容同樣可於 SXSW 網頁上收聽<sup>4</sup>，演講簡報檔案可於該公司官網下載<sup>5</sup>。



圖 75-76：圖左為本次參與第一場論壇 panel 對談，圖右為本次參與第二場論壇專題演講。

### (三)展覽

本次參與創意產業展覽及 XR 展，創意產業展覽參展的品牌種類從音樂、影視、科技、遊戲等相關產業，甚至大學、國家公園、美國陸軍都設展參與，顯示該展覽的多樣性。印尼、義大利、加拿大由該國政府單位帶領多間企業設置於一個較大的展位，而韓國則是分為元宇宙以及韓國館兩個主題以國家隊方式租下 4 排共 21 個攤位，展示產業鏈概念的品牌，相較之下，日本企業看起來是各自參展。

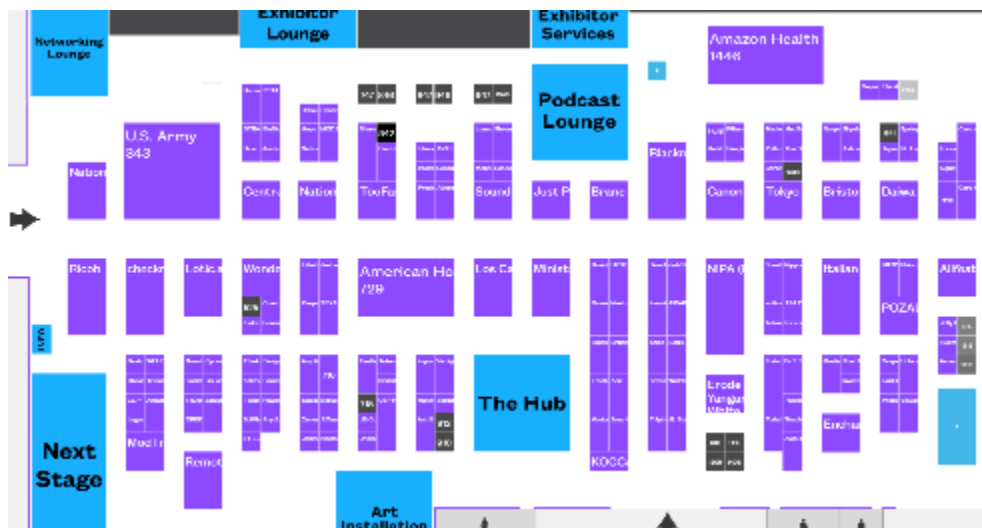


圖 77：本次參展單位攤位（引用自 SXSW 網頁<sup>6</sup>）

<sup>3</sup> <https://schedule.sxsw.com/2024/events/PP146091>

<sup>4</sup> <https://schedule.sxsw.com/2024/events/PP1143778>

<sup>5</sup> <https://luminatedata.com/reports/sxsw-top-entertainment-trends-for-2024/>

<sup>6</sup> <https://sxsw2024-creative.expofp.com/>

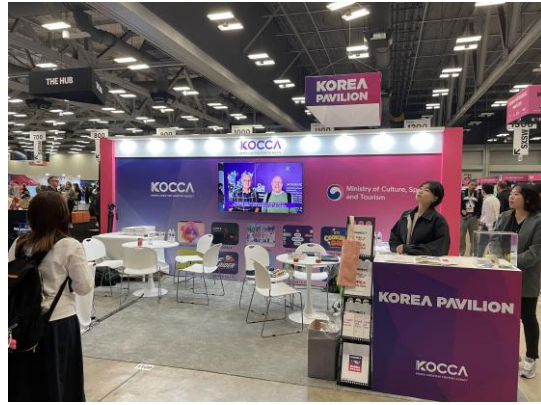
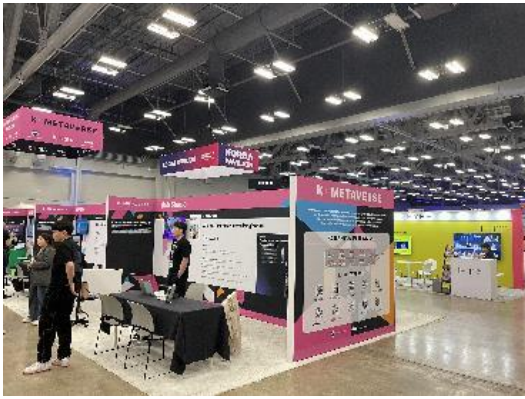


圖 78-79：韓國以元宇宙及韓國振興院為首的韓國館為主題帶領 21 個品牌參展。



圖 80-81：韓國音樂公司 HYBE（旗下藝人為 BTS、NewJeans 等）為宣傳旗下藝人 TOMORROW X TOGETHER 參展，結合隔壁展位 NEWTO 全席投影技術做串聯。

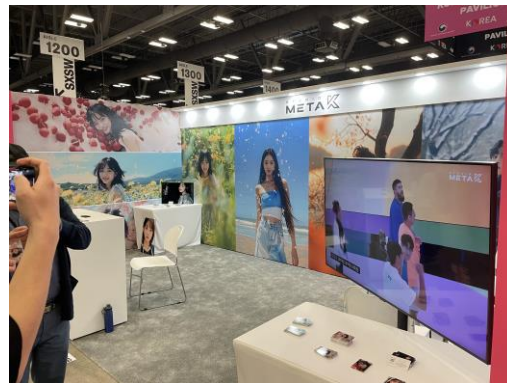


圖 82-83：圖左為從前面的藝人經紀及科技技術，延伸至遊戲產業利用 BTS 的知名度吸引群眾推出以 BTS 為角色的手遊。圖右為推出虛擬歌手作為音樂與科技產業的跨領域結合。





圖 84-86：臺灣今年有《林相續紛 | 林投~姐Y》及《女海盜：生存守則》共兩部作品入選於 SXSW XR 展覽設展，文策院則另設展展示 15 部作品。

## 肆、建議事項

### 一、立即可行建議：精進 Taiwan Beats Showcase 行銷宣傳活動

綜觀本次觀摩各國及品牌活動行銷宣傳，從活動現場各處可見英國 BME 的實體文宣張貼，以及日本藝人 CHAMELEON LIME WHOOPIEPIE、Ako 皆自行製作參與 SXSW 演出的文宣爭取更多曝光，加拿大、澳洲館實體吸睛的場地布置，再到因應數位化以非實體形式的網站，英國、德國、愛爾蘭、加拿大、澳洲等都有建立參與 SXSW 的獨立網站或網頁，幫助取得更進一步的活動資訊，在琳瑯滿目的活動中有更多機會受矚目。另外為使有興趣的產業人士不會因為各種障礙而放棄進入活動網站，QR CODE 的製作非常重要，本次實際參與 SXSW，向奧斯汀影委會或是現場參與活動人士介紹 Taiwan Beats Showcase 時，以手機顯示網頁 QR CODE 及時提供對方最便利的方式進入。

除藝人參與其他演出無法事先於國內掌握外，本局策辦之 showcase 近幾年已逐步建立前述所提之宣傳手段，再來則應以現場實體活動內容強化活動本身，像是今年增加舉辦 day party 活動，提供臺灣特色小吃以及高山意象的嗅覺體驗，展現臺灣文化，提高 Taiwan Beats Showcase 辨識度，因此應持續精進實體的行銷宣傳活動，藉由文化輸出建立臺灣流行音樂品牌形象。

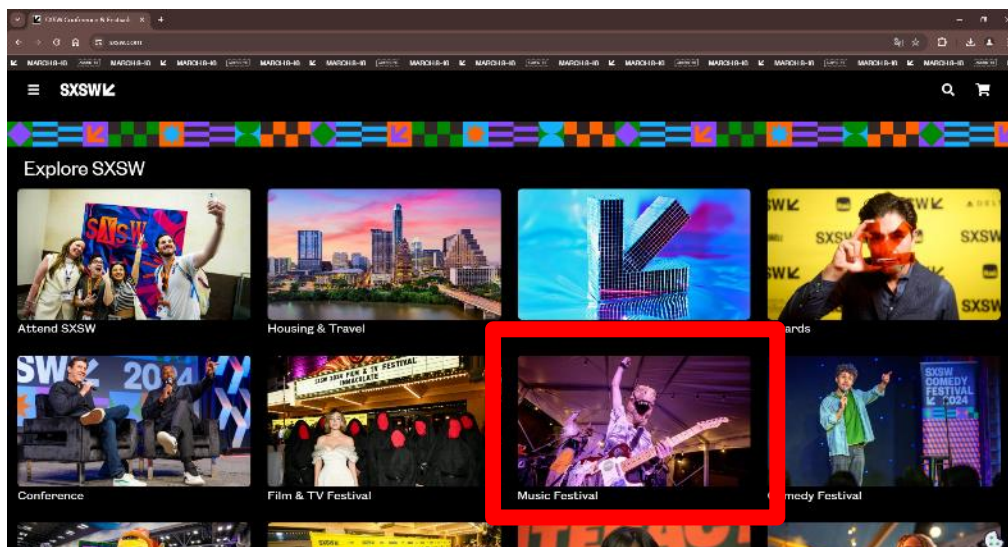


圖 87：本年選薦藝人恐龍的皮登上 SXSW 首頁音樂節封面。

## 二、中長期建議：持續鼓勵我國藝人參與國際音樂活動，並與國際策展單位建立良好關係

為推廣臺灣流行音樂於海外，將臺灣藝人推向國際舞台，最快速的方式為參與國際音樂活動如展會、音樂節，如 SXSW 活動集結各國音樂產業的策展人、買家、經理人，還有影視、科技新創公司等產業人士，有更多機會創造跨領域結合，身為大型交流平台的展會活動以媒合為目的，本局應持續鼓勵藝人以積極態度參與國際音樂活動，藉由活動參與挖掘更多可能性。在展會活動中，主辦單位打造平台集結產業人士，參展方提供內容，對於辦理多年的大型展會來說，在建立起品牌形象以及產業人士參與活動的習慣後，最終應回歸到內容層面，活動展示的藝人演出、影視作品、產品甚至是概念都是留住產業人士的很重要因素，而參展方也透過參展取得與產業人士連結，因此在國際活動主辦單位方面，本局應與其建立友好關係，互惠結盟，創造雙贏機會。