

南華大學

文化創意事業管理學系碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Department of Cultural & Creative Enterprise Management,
Nanhua University

創新音樂表演團體經營策略之研究-以絲竹空爵士樂團、午後之樹

爵士樂團、世界軌跡樂團為例

Studies on the Management Strategy of Innovative Music Performing Groups:

Taking Sizhukong, Afternoon Tree, Orbit Folks as an Exam

指導教授：黃淑基 博士

ADVISOR : Ph. D. Huang, Shu-Chi

研究生：江千慧

GRADUATE STUDENT : Chiang, Chien-Hui

中 華 民 國 103 年 1 月

南 華 大 學

文化創意事業管理研究所

碩士學位論文

創新音樂表演團體經營策略之研究—以絲竹空爵士樂團、午後
之樹爵士樂團、世界軌跡樂團為例

研究生：江千慧

經考試合格特此證明

口試委員：

陳寶媛

孫子元

黃淑芬

指導教授：

黃淑芬

所

長：

陳寶媛

口試日期：中華民國 102 年 12 月 27 日

南華大學文化創意事業管理學系 102 學年度第 1 學期碩士論文摘要

論文題目：創新音樂表演團體經營策略之研究-以絲竹空爵士樂團、

午後之樹爵士樂團、世界軌跡樂團為例

研究生：江千慧

指導教授：黃淑基 博士

論文摘要內容：

近年來，在種類多變的表演團體逐漸在增加的情況下如何經營與維持，民眾對演出型態的接受度以及參與度，是否會影響表演藝術工作者的營運與方向？這是表演藝術團體所面臨的兩個問題。不少表演團體開始對經營策略及行銷方面下了不少工夫，因此對於表演藝術團體經營概況進行調查與分析，才能夠進一步瞭解他們的營運模式，從調查與分析資料瞭解他們所存在的問題。中小型表演團體，需透過藝術行銷公司和團體內部行政人員協助下團體才能順利無憂的創作。

以台灣目前生態而言，創新音樂藝術型態的觀賞族群培養不易，且政府對表演團體的補助審核未盡成熟，公部門的補助申請困難重重，但這卻可能是這些小型團對生存下去的來源之一。因此如何爭取公部門資源的適度分享，並積極開發新的觀眾族群，進一步協助創作藝術家們能有效的行銷、包裝自己，開拓更具多元性的藝術附加價值，筆者認為是未來進一步研究的主要方向。

本研究以三個中小型音樂表演團體為對像，從經營策略方向，分析中小型表演團隊的行銷策略之現況，透過文獻資料蒐集及團長與行政人員的深度訪談，藉此瞭解團體成立宗旨與特色及分析中小型音樂表演團體之經營策略。

關鍵詞：經營策略、創新、藝術行銷、獨立製作

Title of Thesis : Studies on the Management Strategy of Innovative Music Performing Groups: Taking Sizhukong, Afternoon Tree ,Orbit Folks as an Exam

Name of Institute : Department of Cultural & Creative Enterprise Management, Nanhua University

Graduate date : January 2014 Degree Conferred : M.B.A.

Name of student : Chiang,Chien-Hui Advisor : Ph.D. Huang, Shu-Chi

Abstract

How to manage the community and maintain the quantities of groups when variable performing bands are rising? Does audience's reaction affects the management strategy and goals of performing artists? Facing these two questions, many performing bands put efforts on marketing strategy. To get further in the model of management, we do some investigations about their manage situation. By doing so, we can find out the problems. Small and medium sized performing bands need to cooperate with marketing companies and executives to work smoothly.

In the new environment of Taiwan, bring up the audience numbers for innovative music performing bands is hard. Moreover, support of the government may be the only way to survive for performing bands, but approves of government subsidies are still yet complete. Therefore, how to strive for resources from government and develop more audience are the ways to promote themselves effectively and open up more and more multiple value of art. This is the main idea of further research.

This research is involving three small and medium sized performing bands. From the aspect of management and strategy, analyzing their marketing situation, collecting data and interviewing with executives are the steps how we can know the purpose and features of establishment and recognizing their management.

Keywords : Administration Strategy, Innovation, Art Marketing, Independent producing

目錄

表目錄.....	vii
圖目錄.....	viii
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 研究動機.....	2
1.2 研究目的.....	3
1.3 研究範圍與限制.....	4
1.3.1 研究範圍.....	4
1.3.2 研究限制.....	4
1.4 研究流程.....	5
第二章 文獻探討.....	6
2.1 創新的特性文獻分析.....	6
2.1.1 創新的定義.....	6
2.1.2 創新音樂演出形式.....	7
2.2 藝術經營策略相關理論.....	9
2.2.1 經營策略的概念意義.....	9
2.2.2 藝術行銷.....	11
2.2.3 藝術經營策略之相關研究.....	12
2.3 表演藝術團體的財務策略.....	14
2.3.1 財務策略理論基礎.....	14
2.3.2 表演藝術團體價值鏈.....	19
第三章 研究設計與執行.....	22
3.1 研究方法.....	22

3.1.1 多重個案研究法.....	22
3.1.2 參與觀察法.....	22
3.1.3 深度訪談.....	23
3.1.4 文獻分析.....	24
3.2 研究對象選取.....	25
3.3 深度訪談題項設計說明.....	27
3.4 研究架構.....	29
3.5 研究執行.....	30
3.5.1 深度訪談步驟說明.....	30
3.5.2 訪談主軸編碼說明.....	32
第四章 資料研究與分析.....	33
4.1 經營策略分析.....	33
4.1.1 成立宗旨.....	33
4.1.2 經營特色與經營理念.....	34
4.1.3 內外部環境分析.....	35
4.1.4 組織結構.....	36
4.1.5 人力資源管理.....	38
4.2 行銷策略.....	39
4.2.1 產品策略.....	39
4.2.2 價格策略.....	42
4.2.3 通路策略.....	44
4.2.4 推廣策略.....	46
4.3 藝術市場開發.....	51
4.3.1 台灣社會民眾對貴團體的演出形式接受度如何?.....	51
4.3.2 貴團體透過何種方式培養新的觀眾族群?.....	52
4.3.3 貴團體透過何種機制瞭解藝術群眾的興趣、態度與參與動機?.....	53

4.4 財務策略.....	54
4.4.1 貴團體的主要收入來源分配比例為何?.....	54
4.4.2 貴團體的財務開支分配比例為何?.....	55
4.4.3 貴團體與政府單位的補助申請合作方式?.....	56
4.4.4 貴團體與民間企業贊助的合作模式.....	59
4.5 創新音樂模式.....	60
4.5.1 創新演出型態的成員如何組成?.....	60
4.5.2 創新演出的創作手法?.....	62
4.5.3 創新演出團隊的多元價值如何界定?.....	63
4.5.4 創新團隊領導者的個人特性?.....	64
4.5.5 對台灣目前的藝文生態有何看法?.....	65
4.5.6 創新形態的音樂演出團隊如何提升作品的藝術價值?.....	67
第五章 結論與建議.....	69
5.1 結論.....	69
5.1.1 瞭解創新音樂表演團體的營運特色.....	69
5.1.2 分析樂團個案的產品行銷策略.....	70
5.1.3 創新表演藝術團體的藝術市場開發.....	71
5.1.4 瞭解樂團的財務策略狀況.....	71
5.1.5 樂團的創新音樂演出模式.....	72
5.2 建議.....	72
5.2.1 行政人才的培養.....	72
5.2.2 對音樂表演團體的建議.....	73
5.2.3 公部門的政策對表演團體的影響.....	73
5.3 後續研究建議.....	74
5.3.1 探討公部門藝術行政人才培訓計畫.....	74
5.3.2 探討藝術行銷策略.....	74

參考文獻.....	75
附錄一：訪談逐字稿.....	79
附錄二：樂團創新音樂形式.....	132



表目錄

表 2.1 網路行銷相關研究.....	12
表 2.2 藝術行銷相關研究.....	13
表 2.3 表演藝術經營策略相關研究.....	13
表 2.4 表演藝術團體資金之來源.....	15
表 3.1 研究對象基本資料.....	25
表 3.2 訪談人員資料表.....	31
表 4.1 成立宗旨.....	34
表 4.2 影音出版品及周邊商品表.....	40
表 4.3 專輯銷售管道.....	42
表 4.4 售票通路安排.....	45
表 4.5 宣傳方式.....	46
表 4.6 表演團體網站資訊.....	49
表 4.7 培養新觀眾族群的方式.....	52
表 4.8 表演團體補助申請項目表.....	56
表 4.9 領導者的個人特性.....	65
表 5.1 獨立製作樂團 SWOT 分析.....	70

圖目錄

圖 1.1 研究流程圖.....	5
圖 2.1 創新的定義.....	7
圖 2.2 企業文化的行銷模式.....	11
圖 2.3 流行音樂產業價值鏈.....	20
圖 2.4 表演藝術價值鏈.....	20
圖 3.1 研究架構.....	29
圖 4.1 B 團組織架構示意圖.....	36
圖 4.2 A 團組織架構示意圖.....	37
圖 4.3 C 團組織架構示意圖.....	37
圖 4.4 演出製作流程圖.....	40
圖 4.5 財務收入來源示意圖.....	55
圖 4.6 絲竹空爵士樂團《一次性的・美好》音樂會.....	61
圖 4.7 午後之樹爵士樂團〈聖誕前夜祭〉.....	62

第一章 緒論

本研究對創新音樂表演團體經營策略進行研究，研究對象為中、小型音樂表演團體，以絲竹空爵士樂團、午後之樹爵士樂團、世界軌跡樂團為例。本章將說明，研究背景與研究動機、研究目的與問題、研究範圍與限制、以及研究流程。

1.1 研究背景與動機

1.1.1 研究背景

多元的音樂表演藝術在台灣隨著外來文化元素與族群的融合，以及網路科技和交通便利的發展影響下，產生了現有的音樂形態，已不再侷限於傳統的形式，例如交響樂團、室內樂、國樂團和合唱團等，反而經由爵士樂、古典音樂、現代國樂、世界音樂、台灣在地音樂以及舞蹈的混搭風，形塑新的表演藝術型態。

表演藝術團體的跨領域合作，跨領域表演藝術的出現可追溯至 20 世紀初歐美的前衛藝術運動，從中可觀察到跨領域藝術概念在現代藝術中發展的源流，如 Kurt Schwitters 之作品《莫茲堡大教堂》（Merzbau, or The Cathedral of Erotic Misery）乃是二十世紀跨領域藝術表現中的先例。肯特史威塔斯宣稱他所依據的美學是形式的銷毀與重建，利用紙版、現成物、木材等組合雕塑的造型，依附在建築實體上，維持了歌德式教堂中的飛拱與樑柱，並利用教堂的建築動機組合雕塑造型，這些組件從一個房間衍生到另一個房間，從室內延伸到戶外又轉回室內空間。組件可被拆解，形成一個併合的整體，如表演、音樂、詩歌、政治聚會都在此（林宏璋，2004）。

在種類多變的表演團體逐年增加的情況下如何經營與維持，以及民眾對演出型態的接受度與參與度，是否會影響表演藝術工作者與樂團的營運模式與創作方向？國內表演團體近幾年來也，越來越重視「經營管理」，並經常引用商業管理理論作為旁證（陳麗娟、盧家珍，1998）因此對於表演藝術團體經營概況進行調查與分析，才能夠進一步瞭解他們的營運模式，從調查與分析資料，

瞭解他們所存在的問題。

1.1.2 研究動機

本研究藉由音樂表演團體的發展面向，反思台灣表演藝術教育對藝文團體的演奏者所產生的影響，當表演藝術團體開始轉變，跨界甚至是跨領域的演出形式，以及融入多元文化素材的表演方向，對他們的生活形態是否產生質變，除教學演出外如何進行行銷和營運管理。

中、小型音樂表演藝術團體逐漸增加，台灣中、小型樂團所受到的影響，如何使產品生產鏈及其收入方向，可分為創作（生產者）生產樂譜、演奏者（經銷商）將樂譜上的音符演奏出來，使得觀眾產生可能的購買途徑，如有演奏會購票（顧客）、購買專輯及其它周邊商品等。

行銷的重點在於「交易」（exchange），交易的產生必須是在生產者（藝術家/表演者）與消費者（觀眾）雙方都獲得滿足，而交易的內容即是表演藝術本身（節目）。表演藝術提供得是一種體驗，其精隨在於表演與觀眾之間的交流。對於藝術行銷人員而言，行銷不只是促成交易，更是幫助藝術家（表演者）與觀眾進行溝通（夏學理等，2003）。然而，行銷的重要性是音樂表演團體如何透過行銷手法，推廣藝術，創造出品牌與價值。

筆者從小學習二胡，由於大學期間修讀科系為民族音樂學系，在大學四年級時，認識了一位，二胡老師。因此開始接觸老師所屬的樂團之一午後之樹爵士樂團（在 2011 年 3 月於板橋的演出），對於該團的演出形式感到好奇，在老師的推薦下，因此接觸了另外兩個風格不一樣的爵士樂團體，然而，有時爵士樂團的演出活動是以接力的方式進行，因此可以一次欣賞到不同風格的樂團演出。筆者因有民族音樂學為基底，對世界音樂、傳統地方戲曲、原住民音樂、古琴等都有所接觸，當聽到表演團體將部份元素做結合時，感到新奇因而產生研究動機。

當爵士樂不在屬於西方樂器下的爵士風格，而是結合不同地區傳統樂器的演出，會蹦出甚麼樣的火花？是否因為外來文化的影響下，樂團都會有些外籍樂手參與其中，受訪團體中就有兩團的團長是外籍樂手，為分別為日本與比利時。

在幾個新興的樂團中發現幾個共通點，如：絲竹空爵士樂團、午後之樹跨界爵士實驗樂團與世界軌跡樂團，他們的演出型態不約而同的都出現了爵士風格、國樂、民族融合音樂等等。

因此筆者研究此三團體的動機有三點：1.創新 2.保存在地化 3.走向國際化的企圖。第一，創新音樂元素，樂團從傳統元素中，創新發展出多元的音樂風格，融合東、西方器樂，例如：二胡、中阮、柳琴、塔布拉鼓、吉他、電貝斯、低音大提琴、中國打擊樂器、爵士鼓與鋼琴等樂器。其次，在台灣及國際演出活躍，三個團體各有各的特色，爵士樂融合地方文化戲曲、爵士融合民族音樂、傳統爵士或融合樂、民謠、山歌、流行歌曲等等，將在地音樂融合且保留在地音樂元素。最後，則是參與國內、外藝術節活動，如兩廳院爵士音樂節、國際性的藝術節活動，透過在藝術上的交流，將台灣特有的音樂風格融合爵士樂走向國際。

1.2 研究目的

本研究藉由多個案研究針對音樂表演團體的發展面向，藉以反思台灣表演藝術教育對藝文團體的演出、演奏者所產生的影響以及他們的生活形態是否受到外來文化的影響。

藉此瞭解音樂表演團體，營運問題與方式，然而中小型表演藝術團體如何創新、創造出新的演藝型態與管理模式，並非使用中小企業管理方式進行經營模式而是以表演藝術團體領導人的經營之獨特模式。

創新音樂表演團體如何在面臨台灣社會經濟及文化的轉變下發展，雖然沒有財團的大力補助，卻獲得消費者的青睞，在台灣音樂類表演藝術產業之中，取得立足的地位，因此本研究目的如下：

- 1.瞭解創新表演團體的營運特色
- 2.分析樂團個案的產品行銷策略
- 3.創新表演藝術團體的藝術市場開發
- 4.瞭解樂團的財務策略狀況
- 5.樂團的創新音樂演出模式

1.3 研究範圍與限制

1.3.1 研究範圍

表演團體的選擇以北部地區為主，且主要以爵士樂、世界音樂風格且有結合民族樂器的表演團體，雖然目前市場型態趨勢不小，卻發展空間有限，且並不受限於大型唱片公司，主要範圍將朝向獨立製作之中、小型表演團體如何迎合市場需求等問題。

1.3.2 研究限制

符合創新演出型態以及爵士樂，做為基底的音樂表演團體其實數量不多，且常時間定期有演出者與有發行演奏專輯團體亦少，取樣不易，以及經常受邀出國演出等關係受訪時間有限，資料收集必須透過網路社群或是官方網站，由於社群網站的即時性過高不易搜尋。

由於經營策略在財務狀況上，大多有所顧忌與保留，使訪談內容上部份訪談題項不完整，然而，訪談過程中，因訪談題項與研究者訪談技巧的不純熟，而使受訪者回答的方向與研究者認知有所差異，使得部份題項，無法確實完成或是有不完整之處。

1.4 研究流程

本研究先擬定研究主題，之後瞭解研究對象，概況以及演出形式並透過閱讀相關書籍，表演藝術行銷策略、藝術管理、個案研究等來瞭解過去與本研究主題相關的資料，進行資料分析與整理。訂定好研究方向後，接著進行訪談，透過與團長及團員訪談，來瞭解本研究對象之經營狀況。

確認主題並建構研究架構之後，接著進行訪談大綱設計，待訪談稿完成後，開始深度訪談資料分析與統整，之後進行論文撰寫，最後提出研究結論與建議。

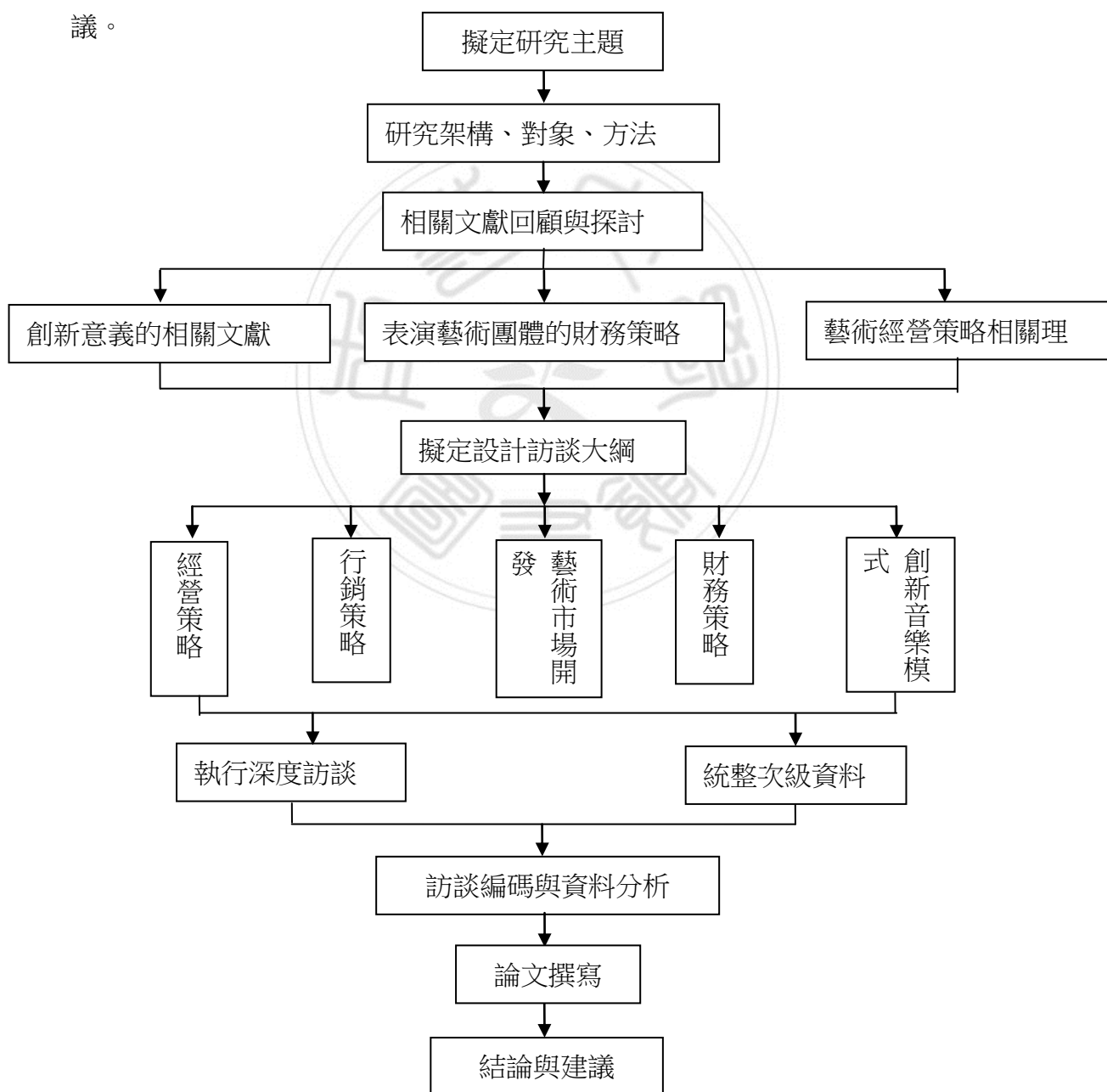


圖 1.1 研究流程圖

第二章 文獻探討

本章節將檢視音樂表演團體之創新經營及在台灣的發展脈絡，在此脈絡之下，以檢視台灣的音樂表演團體是如何運作的。利用文獻分析以及相關歷史資料，重新回溯多元元素與經營策略在台灣音樂表演團體創新經營建構的過程，其探討的問題著重在經營策略。分成四大類項，對所有文獻資料進行分析：2.1音樂表演團體研究-創新意義的相關文獻，2.2藝術經營策略相關理論，2.3表演藝術團體的財務策略，2.4異業策略聯盟。

2.1 創新的特性文獻分析

2.1.1 創新的定義

Souder & Shrivastava (1987) 認為，廣義的「創新」應包含新的概念或創意；任何與現有形式不同的事物；將兩個或以上的現存事物結合，以創造性的處理來產生新事物；新方法的發明與實現；因應組織或社會變革採用的新方法；一個新創意概念的產生與據此衍生的複雜活動的集合；以及採用新技術導致人類社會因而改變的歷程。Betz (1998) 指出，創新是將新的產品、新的程序或新的服務導入使用市場的一種歷程。因此，創新是一種「活動」，其執行的重點在於「整合新事物」與「符合市場的使用需求」，唯有兼具這兩種意義才能稱之為創新活動 (Afuah,1998)。然而，音樂藝術創新所呈現的是不同樂種的結合與地區性的結合，在不斷的創新中能符合在地化，使市場接受度提高。

Afuah (1998) 在「創新管理」(Innovation Management) 中提出創新的定義：創新是指使用新的技術及市場知識，提供顧客新的產品及服務。新產品指的是使用低成本、改善舊的產品屬性，具備前所未有的產品屬性，市場上從未出現的產品。也就是說，只要產品是使用新技術或市場知識，或是對客戶而言是新的產品，都可稱為創新。

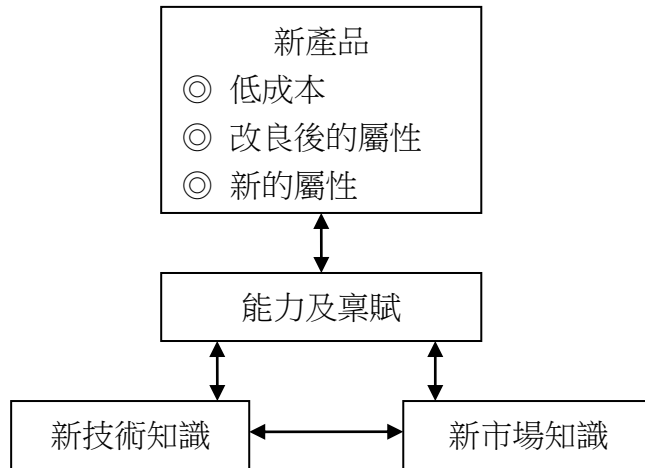


圖 2.1 創新的定義

資料來源： Afuah (1998) 「創新管理」，本研究另行繪製

上述研究理論「創新管理」，呈現出小成本甚至是低成本的創業模式，例如：微型創業；創意與創業型社會，藝術創新是多元的，不論是那一類的藝術，組織彈性化，工作自由化，管理賦權化成主流。雖然每個組織都有自身獨一無二的文化。創新管理的創造過程是創意人與產品的特殊挑戰。

創新型組織的團隊中，較容易產生多元價值，有助於團隊的創新產生，且更容易在變動的環境下生存（楊芝霞，2003）。然而，影響組織創新歷程最重要因素之一是個人創造力（莊立民等，2008）。因此，創新團隊領導者的特性是具備多樣專長，且能與不同功能性質的專業人員進行整合，並且賦予團員創作空間，創新團隊組合使創作題材具有多樣性且具獨創性（廖書楷，2002）。

2.1.2 創新音樂演出形式

透過不同的藝術型態的表達，使群族性或地方的特殊文化，在世界發展潮流中，仍然突顯其可見度。也因受到世界多元文化與文明藝術思維多重互動的影響下，台灣的表演藝術不論內涵的養成或表演型態上都受到相當大的衝擊，相對也影響台灣傳統藝術在展演型態與內涵吸收上，產生傳統與前衛的思辯運動。台灣現代表演藝術團形式的建立，除反應社會風格的變遷之外，形像風格的演繹，充分體現當代藝術存在本質之特性（黃淑基，2009）。

台灣的多元文化影響了表演藝術團隊，以在地的特色、風格創造出不同於以

往的表演形式，且音樂表演團體並不會受限於場地大小或是一些佈景等因素。將在地風格，加入爵士樂或是說爵士樂加入在地文化，這特別的除了爵士樂給人放鬆的節奏外，還有即興演出的形式，以及與觀眾互動的模式等。

然而在，爵士樂發展過程中，樂手為了拓展更豐富的爵士樂表現力〈jazz expressionism〉，而常與其他的音樂素材結合，造就各形各色不同風貌的爵士樂，兀自發展、百花齊放；此現象在學界引發許多討論，話題常圍繞在融合樂 (Fusion) 所涉及的「正統」與「商業」議題，較少針對該種音樂製作過程的「技術層面」深入探究。然而，不同類型的音樂融合行動，各自都不可避免須要處理伴隨融合相應而生的技術課題；其中，結合不同音樂文化的「世界融合爵士樂」 (Global Fusion Jazz) 必須考量所融合的音樂傳統可能對「即興演奏」一事持有不同的觀念或態度，並採取適當的策略來適應差異。爵士樂自始以來本就具有高度融合與混雜的潛力，而這樣的天性不該受限於被歷史書寫所「整合」出來的傳統既有形式，應存於最初那充滿生命力、保有個體差異及主體性的創新與實驗精神。(趙彥婷，2011)。

創新音樂形式在於融合多重音樂種類，例如林颯貞，(2010) 提出的：「北管與西洋管弦樂團、客家八音與嘻哈、臺灣原住民音樂與重金屬搖滾等等這些樂種的性質與風格位居不同的文化象限，亦在歷史長河中分屬古今，極少碰頭。然而，它們卻在當代作曲家與流行音樂團體的創作國度中，以前衛語法、當代語彙，經由「借用」、「拼貼」甚而「形變」等創作手法，將傳統音樂元素中與當代音樂存在之矛盾與差異予以融合，甚而統一。這些當代音樂人一方面在樂曲中傳達其叛逆、憤怒的情緒，在另一方面，傳統音樂素材被「形變」並「擷用」於創作之中，也是他們向古老臺灣傳統音樂元素與詩歌致敬的方式。無論嚴肅音樂抑或流行嘻哈，在當代音樂的創作中，前衛是共同特徵、實驗是共通精神。」

然而應用音樂似乎是現代音樂的新型態，利用聲音與音樂創造更多跨領域結合之可能，同時也為宣傳媒介例如電影、廣告、表演藝術和傳播等注入新的能量，擴張音樂的應用範圍。其實音樂的創作法若是追溯至 1860 之後的許多音樂家，他們開始思考音樂與樂句、演奏法、組織法、突破節奏限制、聲音嘗試、創新發聲法等等關係的可能性。現代的藝術融合面廣泛，動展現多元「跨領域」結合的整體呈現，如此的舞蹈、音樂和影像結合體，以藝術的表現法而言，可能追溯

由 1940 年之後的藝術展現家們，即開始有所嚐試（楊淑菁，2011）。

綜合上述對於創新音樂表演團體展演型態變遷，可以因樂器的使用以及音樂的形態特性有所改變，透過爵士樂為基底，在傳統音樂演出加入電子琴以及西方爵士鼓來豐富音樂上的變化。創新可以透過融合、整合、應用音樂、跨領域等，方式來創造新的藝術價值。

2.2 藝術經營策略相關理論

2.2.1 經營策略的概念意義

音樂表演團體何時開始重視「經營管理」，中小型表演團體的經營方法，「音樂與表演藝術」是據有「無形產品」及「人力密集」的特質，以產業的要件來看，產品發展，產業必須從經濟面來看所需之特性與條件（行銷），產業強調的就是經濟規模、產值、就業機會，產品商業化或講究實用性。

原創性與臨場感的表演藝術，產品屬於精神面的文化消費品，而非實用性的商品（經營）。

Byrnes（2004）說：「藝術組織一旦順利成立，緊接著面臨的艱鉅任務就是如何永續經營」，面對外界環境情勢的轉變，組織的評估必須透過研究、蒐集、分析資訊的技巧，擬定策略予以因應。

陳麗娟（1998）指出如何累積盈餘，創造收支平衡，使團體有繼續營運的經濟能力，是需要良好的年度財務規劃與掌控的基本概念。優良的企業體系以經營完善，能不斷開發永續生存條件為經營優先考量。一般企業通常看的是財務報表和企劃書，藝術團體如有良好的財務規劃以及寫企畫的能力，企業才會看到的不論對藝術團隊贊助或投資，都是有一種方式。

藝術團體除了將影音資料儲存較為完整之外，其餘在製作流程、製作檔案、財產清冊、觀眾問卷調查與售票率等資料，都只有簡單且零散的記載。這些都是象徵知識價值的資產，僅存在於執行者腦海中，隨著人員的流動而消失。在加上表演團體沒有標準化作業流程的習慣，導致行政執行上時常發生相同的錯誤（林巧婷，2009）。

中、小型表演團體有如微型創業般人員重覆性高，以致於團員，會呈現一人

有兩個職位或以上的情形發生，然而，藝文消費與一般大眾消費市場不同所以與一般管理學門也有所不同，在許多有高雅藝術背景出身的經理人，抱怨太少人對他們的產品有興趣。我們可看的出這個部份處於一個非常有限的市場。為了增加觀眾，這些經理人必須從潛在市場吸引更多消費者或是從在傳統藝術市場之外吸引更多人。價格也許是個誘因但並未是個萬靈丹（Colbert，2003）。

表演藝術團體受訪時，皆表示國內藝文產業環境政策的不成熟，導致團體在經營上非常辛苦。而理想的策略管理與經營模式，又是因團體而異，也是各個團體目前正在思索改進的目標。為了達成藝術團體推廣藝術文化的社會使命，成為專業藝術團體的遠景，除了在藝術作品與技巧上加以琢磨發揮創意外，在林巧婷，（2009）研究觀察與分析後得知藝術組織在觀眾維繫與服務、內部運作流程的順暢度、人才培育與無形資產上都應兼顧，因為這些層面是環環相扣，彼此相互影響。

本研究以依據黃禎貞（2007）所提出的表演藝術組織經營的六個面向在加入創新音樂模式做為主要分析架構及研究基礎，分別如下：

- 一、經營理念：成立的目的、經營特色、環境分析
- 二、組織結構：行政、藝術、技術人員，較小型表演團體會出現人員混用嚴重的狀況，以及沒有專屬技術人員，通常以常期合作為主要人選。
- 三、人力資源管理：專職、兼職、義工，市場上缺乏團隊所需求人才如專業經理人，在加上環境條件不佳人才流不住。
- 四、製作與演出管理：黃禎貞引用容淑華的觀點，將工作性質分為「藝術部門」、「技術部門」及「行政部門」。演出場地的安排，如何降低成本。
- 五、行銷管理：產品、價格、通路、推廣、服務，在演出部分，團隊在意的不是收入而是提升藝術價值以及如何提升知名度。
- 六、財務管理：經營面的擴展、尋找不同管道申請經費、藝企或異業合作。
 - （一）演出收入：售票型演出、商演、委託創作等。
 - （二）贊助來源：1.民間企業贊助 2.民間非營利財團法人 3.國際性社團。
 - （三）補助來源：政府單位：（1.公部門 2.地方政府 3.中央）、基金會等。
 - （四）教學收入：與學校合作、自行開班等。
 - （五）個人捐助：家人或小額捐款。

(六) 相關產品販賣：專輯或周邊商品。

七、創新音樂模式：創作手法、領導者特性、多元演出。

創新不見得是開發新功能或採用新的技術產品，創新透過市場區隔以及將不同樂種作結合，並能將產品賦予全新的價值，跨界音樂就產生了更多變化。透過黃禎貞對藝術組織經營面向做為研究基底，可以清楚的掌握藝文團隊經營面向。

2.2.2 藝術行銷

行銷是一門藝術與科學。(Hunt, 1991; Bass, 1993)。其根本目的是要連結組織市場。行銷手段是為了滿足，組織和目標消費者。然而，一個表演團體因為它獨特的創作藝術結束後而另一個面向任務是體驗和它的作用，行銷經理是幫助它發揮，更重要的是，產品的誕生與使命和產品的選擇，是藝術家的責任，而不是行銷經理。在傳統行銷的基本概念，滿足消費者的需求，不適用於在高雅藝術。這正是有別於傳統行銷的文化行銷(Colbert et al.,2001)。藝術經理人的目的是吸引消費者關注產品(圖 2.2)

為了尋找合適的消費者，經理人必須掌握更多的知識盡可能對市場和各個環節尋求效益。在今天的競爭環境中，藝術管理者還必須制定並定位組織品牌。一個經理人不同意這些概念，將無法提供必要的創業精神和領導發展他/她的組織。(Colbert, 2003)

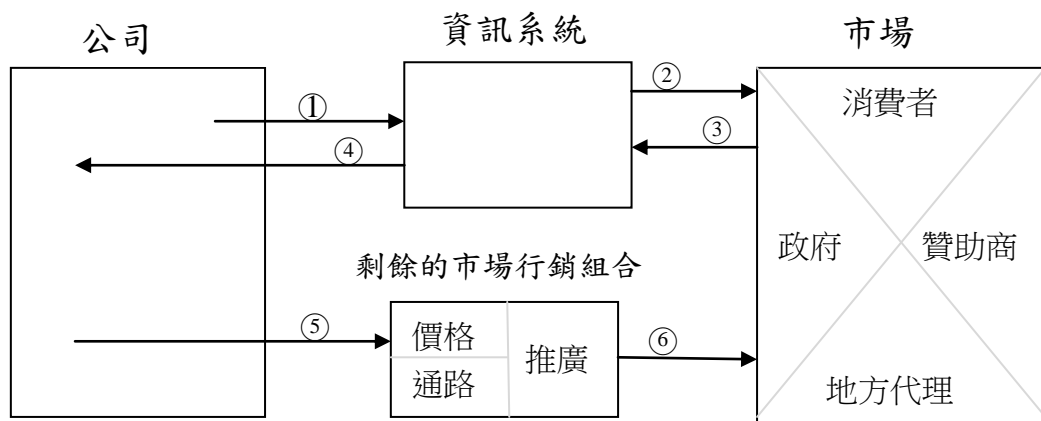


圖 2.2 企業文化的行銷模式

資料來源：Colbert (2003) 本研究整理另行繪製

行銷是一種感覺的交換，在行銷交換理論中，交換的產生乃源自交換雙方期待交換行為對自己有利的，然而再「如何開發藝術市場」一書中提到：「藝術行銷是屬於產品導向但是行銷人員主要的目的不是在於去改變藝術特質而是替藝術家的作品及創作找到適合的觀眾。」

行銷管理學大師 Kotler 指出，「小型表演藝術團體在初期成立時，不需要太複雜的管理和戰略，透過創業者本人就可以控制整個團隊之情況，但欲維持長久不變的規模實有其困難，尤其小型表演藝術團體在成立經年之後，必面臨到生存之問題。」

藝術行銷所創造的價值，在於表演藝術團體，如何行銷自己與建立品牌，必須清楚瞭解行銷手法與概念為何。行銷就是將產品（特色）推廣，使消費者動心因而購買。行銷是可以幫助一個組織成長及進步的利器，但未能正確的達到產品及消費者需求是沒有用的。

2.2.3 藝術經營策略之相關研究

相關於音樂表演藝術團體在藝術經營方面的相關研究，經筆者分析整理後，共可分為以下三個面向：

- (一) 網路社群行銷相關研究
- (二) 藝術行銷相關研究
- (三) 表演藝術組經營策略相關研究

以下針對個面向的相關研究論文，進行研究內容與摘要的重點整理分析。

表 2.1 網路行銷相關研究

研究者	研究題目	研究摘要
吳敏菁 (2005)	國內表演藝術團體運用於網路行銷績效之研究	討論表演藝術團體在網路上的行銷方式運用。

資料來源：研究者整理繪製

表 2.2 藝術行銷相關研究

研究者	研究題目	研究摘要
王瓊英 (2000)	臺灣現代劇團行銷之研究	本研究分別論述臺灣大團、小劇團的行銷方式，並選定數個規模不等的劇團做為本文主要的個案分析對象。
楊宜桂 梁朝雲 (2007)	台灣非流行音樂產業行銷管理之創新策略	本研究旨在探討台灣非流行音樂產業行銷管理之創新策略，研究群訪談國內三家具有代表性之非主流唱片公司高階主管，歸納分析出台灣非主流音樂產品、流程與服務上之創新策略。
吳宣穎 (2010)	表演藝術團體行銷研究-以三個中小型現代劇團為例	本研究以中小型現代劇團為對象，從全方位行銷觀點，分析中小型規模劇團行銷策略之現況，以瞭解這類型團體行銷策略之擅長處，題共相關團體參考。

資料來源：研究者整理繪製

表 2.3 表演藝術經營策略相關研究

研究者	研究題目	研究摘要
黃毓棠 (2007)	台灣現代劇團－『屏風表演班』經營管理之研究	本研究欲深入探討『屏風表演班』創團二十一年的發展歷程與經營管理之模式，藉由藝術管理的理論進行實務性的檢視，進而提出『屏風表演班』在劇團經營管理的優勢與不足之處，提供該團在未來經營管理修正之建議，另一方面亦希望能提供其它現代劇團經營管理參考之模式與方法。
吳碧容 (2007)	台灣小型現代舞團經營發展研究	本研究主要研究小型現代舞團之經營現況，並分析其營運模式，呈現影響與助益小型舞團發展之因素，作為發展小型舞團之「成長評估模型」以及「經營建議」。
林巧婷 (2009)	以平衡計分卡理論檢視表演藝術團體之經營策略	本研究亦歸納整理這些績優表演藝術團體與平衡計分卡理論相符的經營管理作為，提供其他經營管理者參考。

資料來源：研究者整理繪製

以上研究是從不同角度與不同的藝術類型，在探討表演藝術經營策略層面上，多以劇團或舞團居多，對於音樂表演團體的研究相對上較少，因此透過其他類型的表演藝術經營、行銷模式，探究音樂表演團體是否可以借用相同模式或是尋找對團體更好的生存方向，就文化管理、藝術管理、管理學等這三個面向，來探討表演藝術團體的經營而言。如果以一般企業的管理模式套用在文化管理或是藝術管理，可行性還有很大的空間，藝術家與管理者應該形成互助互利的關係。

2.3 表演藝術團體的財務策略

2.3.1 財務策略理論基礎

資金對藝文團體的重要性，如何開發新的贊助者和如何申請到政府的補助都是很重要的方向。如不依賴政府補助或企業贊助的團體，會以自我財源開發，如藝術商品的開發，專輯的發行，門票的收入等等方向來進行。

表演藝術團體的主要資金來源可分三個部分：業務收入、政府部門和民間捐助。除了業務收入須由各團體自行負擔外，另外兩部分的收入就需要以策略性的募款工作來募集。

公部門的補助的藝文補助相關部門包括：行政院文化建設委員會（2012年文化部）、財團法人國家文化藝術基金會、縣市文化局，財團法人臺北市文化基金會（由臺北市政府與民間共同出資設立的非營利機構）等。

私部門贊助主要包括個人捐助、企業贊助及基金會三個部分。然而，企業補助文化藝術事業的動機，可分為利己及利他兩種類型。個人捐助一般而言，個人捐助特徵是「少額量化」。基金會所提共的經費對非營利組織是非常重要的。（夏學理，2003）。

財團法人國家文化藝術基金會對民間藝文團體或個人，整體補助重點包括：

1. 前瞻或突破性之藝文創作
2. 文化藝術之專業講習與調查研究。
3. 擴展國際交流之文化藝術作。
4. 藝文團體經營之穩定，持續與提升。

表 2.4 表演藝術團體資金之來源

資金來源	資金獲取方式	說明
政府 1.國家文化藝術基金會 (民國 100 年約 1.4 億) 2.文化部(民國 100 年 約 8.7 億元/99 年約 4.5 億元) 3.各縣市文化局 台北市文化局(民國 100 年約 6575 萬)	常態補助	每年分兩期作業，於元月與六月接受申請。 國藝會補助對象原則上以具有中華民國國籍或 經中華民國政府立案、經營文化藝術事業者為 主。
	專案補助	國藝會為了依照各類藝術文化生態的實際發展 ，研擬各項專案補助計畫，透過彈性規劃的方式 以符合藝文界的需求，進而配合常態性補助 ，以擴大補助效益。
	國家文藝獎	藝術界的最高榮譽為鼓勵具有累積性成就的傑 出藝文工作者，全面提升文藝水準，國藝會自 1997 年起辦理「國家文藝獎」（原名「國家文 化藝術基金會文藝獎」）的頒發。
市場	門票收入	展演活動之門票
	教育收費	藝術教育、藝術或美學講座等
	服務收費	人員服務、代辦、場地出租
	商品買賣	藝術複製品、周邊商品買賣
	會員收費	榮譽會員、會員年費
社會 1.營利組織(企業、公 司行號) 2.民間非營利財團法人 (基金會) 3.國際性社團 (獅子會、青商會等) 4.個人	贊助	提供資金、場地、物資，進行活動代辦、合辦 、協辦方式
	人力服務	專業志工、義務服務。或由學生、社團、會員 提供知識、企劃、導覽等服務工作
	人際資源	運用參與者的人際關係，提供有形(經費)或無 形(推廣、宣傳)的幫助
	捐贈	包括金錢、土地、房地產、物資捐贈
其他	貸款	銀行遞貸款申請及企劃案獲取資金

資料來源：卜敏正，2003。本研究整理另行繪製

在藝文贊助的部分（中華民國表演藝術協會整理，2010），所謂「贊助」，除了一般認知的金錢資助，廣義而言，還包含藉自身之力，達成某種協議與目的之行為。以下介紹幾個概念，或可協助團隊思考如何利用團隊的屬性，規劃出有力的贊助策略：

資助、互惠互利（Patronage）

這是對贊助一詞最狹義的定義。早年由貴族、教會以及城市等為組成的文化藝術支持體系，這些贊助者因其社會價值的認知而支持文化藝術活動；民族國家興起之後，贊助者的角色就由國家或富豪所取代。

捐獻（Donation）

隨著藝術本身的商品市場化，所謂的「收藏者」（Collector）便順勢產生。收藏者會在日後某些特定的時刻，將其收藏捐給公共機構或是基金會形式之相關組織，這即是捐獻而非贊助。

特定出資（Sponsorship）

一般來說，特定出資是針對特定對象或計畫的出資支持，最常見的例子如某個廣播電視節目完全由一個企業贊助製播；或是某個藝文團體的某次演出完全由出資單位贊助，免費公開演出。

藝術文化的消費概念（Consumption）

當民眾買了某個表演或展出的門票，就等於已經「贊助」了該項活動。一個企業買了很多票分給員工，這種「集體消費」也是「贊助」。

（一）贊助模式

如果將文化藝術的呈現方式當成產品，從生產製造（創作）到成果展現，就必須有一個運轉良好的系統做中介支持。進者，贊助該如何進行？也可從無形的贊助與有型的贊助來思考。

- 知識贊助

今日的藝文市場，除了觀賞的促成，更要創造各種機會使作品流通，讓更多的民眾接近。這過程就牽涉到「經營管理」、「市場行銷」等商業思維。若是藝文團體想讓自己的經營腳步趕上創作成績，卻又無力聘請專業經理人，企業的「知識贊助」將會有很大的助益。

- 產品贊助

無論是企業、基金會或個人，通常會透過購票、蒐藏、專案補助等方式，來贊助藝文團體與個人，而大部分受贊助者也非常期待能夠獲得現金的直接挹助。然而，來自企業的產品贊助，也不失為一種異業上的合作，為彼此的產業增色。所謂的產品，對企業經營者而言，也許是實際可以觸摸的電腦設備，或者是透過授課、演講而傳遞的觀念。企業所販售的產品，可以直接讓藝文團體的經營狀況明顯的改變；藝文團體或個人所要販售的產品，卻不一定可以讓消費者立即滿足。二者如何在彼此的需求當中找到平衡，確實是雙方應該仔細思量之處。現金贊助固然對於藝文發展有相當重要的影響，但是，產品的持續贊助，也會在藝文團體經營的路上助益不少。

（二）政府資源

就多數的藝文團體，政府可以說是最大的贊助者，但更重要的目標就是透過鼓勵的態度，讓藝文團體可以藉由各種「贊助」、「捐獻」以及「特定出資」的模式，創造永續經營的根基與能力。

《經營加持·藝術加值——演藝團體經營手冊》Q&A 中提出，企業與藝術建立夥伴關係有哪些形式。企業與贊助藝文團體，可以證明企業的社會參與，亦企業與藝文團體，可在彼此所具備的長處上發想，以此基礎討論出兩方互惠之合作企畫，讓贊助的行為更為擴大，分就四種模式分述如下：

一、財務協助

藉由提供藝術活動的財務協助，企業可以拓展現有的商業領域，增加產品和服務的知名度，而且建立良好的社會公益的形象。同時，可以讓藝術活動達成其目標和執行特定的計畫，例如：

1. 購買藝術活動的票券，贈送給企業員工、學生和社區服務的人員。
2. 鼓勵企業員工貢獻個人的財務捐輸，來支援藝術活動的財務，例如員工購票或捐款，企業補貼特定比例以作為激勵。
3. 在公立學校中，贊助藝術教育的計畫。
4. 小額捐助：捐款方式則相當多元，因為電子網路的發達，許多小額捐款是透過網路機制直接完成。

二、產品和服務

企業藉由捐贈產品或服務，可以增進對藝術本身的瞭解，並發展互動網絡，提升形象商機。另外，企業的公務場所、房舍與設施等，亦可提供藝文團體進行排練、展演、講座等相關活動。

三、行銷、廣告、公關活動

藉由建立廣告、行銷和公關活動，企業和藝術活動可以善加利用資源和取得新商機，例如：

1. 贊助整合藝人機構、藝術作品（如圖畫）和展覽主題等相關廣告活動。
2. 贊助藝術活動季票的行銷和印刷，而且在票面上印有企業贊助的相關名銜。
3. 開發銷售點、帳務處理單位、產品商標和標示牌，以及網址的旗標廣告（Banner），以促銷藝術活動。
4. 在藝術活動期間或其他的活動展示期間，開發網路線上促銷活動。將特定營收比率捐贈給某一個藝術機構。
5. 使用藝術活動的票券作為促銷企業產品或服務的贈品，例如邀請學生參與活動，或特定弱勢團體族群，以強化企業回饋社區的形象。

四、企業志工（Volunteer Initiatives）

鼓勵企業員工成為藝術活動的志工，藉此發展互動網路和新事業的商機，得以接觸意見領袖和社區領導人，而且企業員工及其家庭，可以增進社區活動間的關係。同時，企業能夠協助藝術界強化管理和專業技能、減少其行政作業成本。

企業志工則可以協助下列活動：

1. 協助募款事宜、座談會、拍賣、餐會和其他的活動。
2. 協助為各種展覽活動，進行設計、撰稿和列印小手冊、邀請函、作業流程和海報印製，以及提供新聞媒體所需的相關文宣資料。
3. 執行帶領特定的募款計畫，如資金籌募或捐贈等。
4. 擔任藝術機構董事會的成員之一。

溫慧玟（2005）提出「收入水準」可以由四個面向來分析，分別是，演出場次的多寡、觀眾人次的增減、演出地點的擴張程度以及衍生商品與造型授權帶來的收入；而「藝術成就」可以從作品的原創性以及藝術性來分析。

綜合以上，公部門與民間企業合作，文獻探討中可獲取更多資訊，經由藝文基金會與相關團隊的成立與輔導之下使表演藝術產業能有更完善的資源與資訊，然而文化部的成立，不代表就是一定要補助這些表演藝術工作者，但是如果這些政策是對大型的表演團體或是演藝圈的補助是大手筆，那小型表演團體該以何種方向推廣與獲得更多支援，政府砸大錢在文化建設推向國際，其實不需要花大錢，還是有很多表演團體在做外銷，將台灣的文化推廣至全球各地。

對小型表演藝術團體財務經營面，產生影響的幾個關鍵因素，經研究者統合整理如下：

1. 智慧財產權的風氣
2. 國內藝術教育素質基礎不足
3. 藝術補助資源與需求
4. 休閒娛樂與票房定價
5. 創投小型貸款

2.3.2 表演藝術團體價值鏈

「價值鏈」用來檢視企業內所有活動及活動間的互動關係，這些活動彼此間都具有獨特的結合方式，可分為「主要活動」和「輔助活動」兩大類。

以表演藝術產業而言「主要活動」為：表演藝術團體、藝術創作、演出、周邊商品以及教學教室等；「輔助活動」為：舞台、燈光、服裝、配樂等設計、製作與技術服務，企劃、宣傳、行銷、公關、經紀、劇院營運、顧客服務等項（廖敦如，2006）。

將流行音樂專輯製作與發行和小型音樂表演團體的發行管道來做對比，如果以波特的價值鏈的角度來分析中小型音樂表演團體的產業價值鏈。

若按 Porter 的價值鏈，更可以描繪出其流行音樂產業的價值活動圖（圖 2.3）。

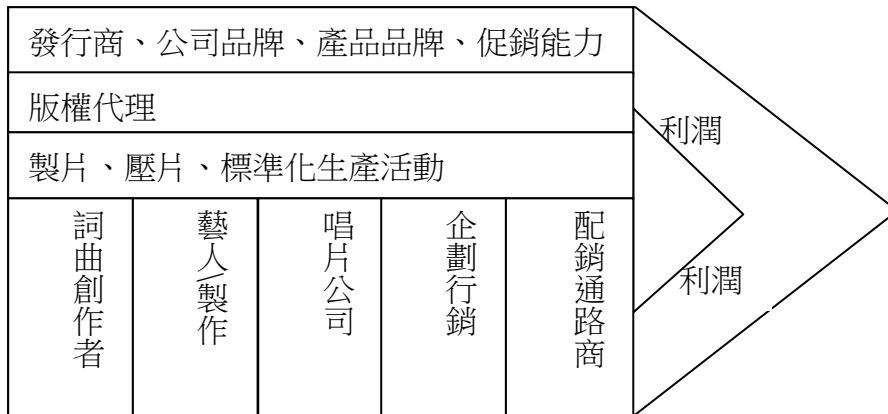


圖 2.3 流行音樂產業價值鏈

資料來源：施韻茹，2004。本研究另行繪製

根據 Porter 的價值鏈所進行的分析可以對於流行音樂產業有一個初步的概念，更深究流行音樂產業可以發現唱片公司在流行音樂產業的有一重要性。

表演藝術團隊透過交換的行為，以價值活動組成「價值鏈」，價值鏈中的交換行為以資訊、金錢或勞務為主，價值鏈可以探究不同類型組織間的互動關係。價值鏈依據重要性排序為：創作、演出、演出場地、行政暨技術支援、媒體、票務行銷、教學、周邊商品及其他。表演藝術團隊雖分為四大類，但各表演藝術團隊之藝術呈現與營運狀況依不同特性有著不同差異，並具備不同之價值鏈及經營模式。(溫慧玟，2009)

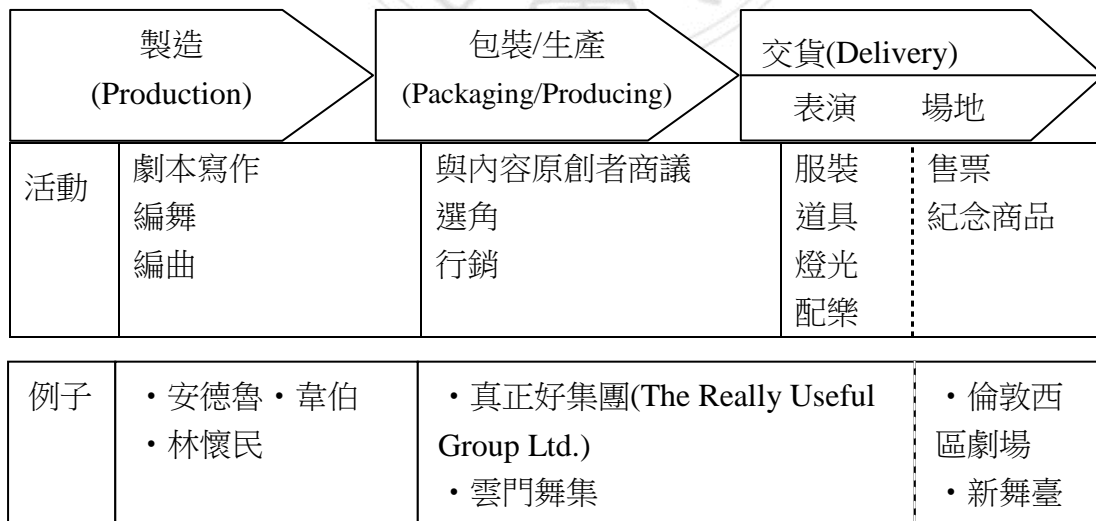


圖 2.4 表演藝術價值鏈

資料來源：秦嘉嫻，2007。本研究另行繪製

《表演藝術生態系統初探》中，對表演藝術產業價值鏈及策略思考，對公部門應有的政策思維可分為三個部分：

- 1.表演藝術產業的共同問題：參考價值鏈，可分做創作、通路、行銷、演出及周邊衍生商品。
- 2.基盤：包括：後勤支援活動、展演場所、行政週原係統、社會信用、經紀人制度等。
- 3.個別產業問題：應釐清大型表演團隊、中小型團隊問題以及場地問題。

表演藝術產業的生產鏈結構，在「釐清核心價值」後，應進一步以策略思考架構與程序，來訂定未來發展方向。透過司徒達賢的「策略型態分析法」的思考程序，說明價值鏈的應用。就以檢驗各方案目標組合滿足程度方面，以下六點：

- 1.產品線廣度與特色
- 2.目標市場區隔方式與選擇
- 3.垂直整合度（上中下游分工程度，考量成本與專業性）
- 4.相對規模與經濟規模（大小組織的優勢與劣勢）
- 5.地理涵蓋範圍（ex：藝術集中台北的現象）
- 6.競爭武器（表演藝術與一般產品部同在於「難以替代性」）

音樂表演團體出版品的通路與製作（創作）流程→演出→錄音→包裝設計→發行與流行音樂產業的差別，將流行音樂專輯製作的發行和小型音樂表演團體的發行管道來做對比。

第三章 研究設計與執行

3.1 研究方法

本研究為探討創新音樂表演團體經營策略，將透過多個案研究法、參與觀察、深度訪談及文獻分析等質化研究方式進行資料分析。進一步瞭解音樂表演團體經營者想法與方式。

3.1.1 多重個案研究法

在本文將提出音樂類表演藝術產業之下的個案：在臺灣音樂類表演藝術產業之中，樂團就扮演了何種角色？在面對全球化的市場競爭，有如何調整自我腳步，因應市場的競爭？本文依據成立的背景，以及擁有之硬體條件等加以分析，期望將絲竹空爵士樂團、午後之樹爵士樂團、世界軌跡樂團的定位與功能釐清，推演出創新表演藝術團體對未來藝術產業的發展與方向。

3.1.2 參與觀察法

筆者除了在大學時期，學習民族音樂學，現接皆段學習管理相關領域，以這兩種學術理論作為基礎對於音樂類表演藝術經營策略進行觀察。藉由參與觀察，筆者將提出自己的看法與觀點，借以作為本文論述中的一部份。

音樂表演是不受語言限制的，然而音樂創作是不斷創新且無限創意，再發展，音樂表演團體也不停的再增加，音樂團隊的成功經營如何借鏡，中小型表演團隊如何永續經營以及資料收集是有相當難度的。因此，想瞭解音樂團隊經營的實際運作，必須透過音樂表演團隊內相關人士的說明，才能獲得較深入的實質資料。

本研究分為兩大區塊，主要為深度訪談（經營者/創作，表演者）以及參與觀察法（研究者與觀眾的）、（創新行銷）。

運用深度訪談訪問樂團管理者，對創立的過程以及他們對於台灣表演藝術生態演進以及發展脈絡的看法，在這些看法之下，他們的體驗有何差異？訪問行政人員，參與樂團的過程及行銷經營社群網站的方法。透過這些方式可以讓我們知道創新音樂表演團體在台灣的發展歷程是怎麼樣被呈現的？

從觀看樂團演出中進行參與觀察，根據創作者和經營者以及行政人員作深度訪談。訪談對象主要來源有二，其一為團長，係對該樂團之創團理念與創作方向作進一步了解。其二為樂團行政，亦為訪談對象之主要來源。

音樂產業是個創意密集的產業，音樂創作如同文學創作一般，均為匯聚大量主觀情感與強調個人特質的文化產出。如何在音樂產業中蒐集足夠客觀的研究資訊，實具有相當程度的難度。林欣宜（1999）便指出，音樂產業是個極度依賴「人」的事業，所有體系上的運作細節均封存於承辦人員的大腦中，即使是產品的行銷企劃，也大多採用行銷企劃會議以凝聚共識來擬訂。因此，若欲瞭解音樂產業的實際運作，必須透過產業內相關人士的闡述說明，才能獲得較深入的實證資料。周幼明（2002）亦指出：台灣音樂產業具有銷售實績資料之公司甚少，不易採用調查研究法或其它量化研究法來蒐集所需資料。

3.1.3 深度訪談

深度訪談（in-depth interview）部分主要研究工具為訪談者、訪談指引與錄音工具。研究者經受訪者的同意下，依據訪談指引進行訪問，並以錄音的方式記錄，避免訪談資料遺漏。

深度訪談是一種互動的歷程，這個歷程的意義不在於僅將訪談前就已存在受訪者心中的客觀事實呈現出來，而是不斷藉由訪談者與受訪者的互動，所創造出來的積極意義（Malhotra, 1993）。基於非流行音樂產業之特性，本研究相當適合採用此法以進行資料蒐集，先藉由呈現文獻探討所得作為訪談的話題引導，再從研究問題的彼此對話中，逐步探詢訪談之焦點議題。

1. 訪談者：

訪談者為研究者本身。進行本研究前，研究者曾閱讀質性研究相關書籍，雖其並非正式的質性研究經驗，但可使研究者對深度訪談有初步的瞭解與體驗。本研究受訪對象以經營者與創作者為主，因此，在進行訪談前，研究者與受訪者建立良好信賴的互動關係，讓受訪者安心，才能獲得深入而有意義的資料。

2. 訪談指引法：

本研究運用訪談指引法（interview guide approach），事先選擇主題，採取半結構是深度訪談，由研究者事先擬定訪談指引大綱。研究者根據訪談指引所擬定題目提出問題，而是依據受訪者的反應，適時調整與修訂問題的內容順序，以期獲得深入且真實的資料。

3. 錄音、拍照、攝影與紙筆：

為能完整記錄訪談內容，研究者在訪談前先徵得受訪者的同意，透過錄音工具錄音，如果能攝影並能將受訪者所表達的肢體動作、表情與非語言特性以影像記錄但無法攝影只能以紙筆簡短紀錄，開始或結束拍照，於訪談結束後當天隨即將訪談內容撰寫成逐字稿，以避免遺漏或印象扭曲，完整記載訪談內容。

3.1.4 文獻分析

本研究將收集相關音樂類表演藝術經營與行銷策略相關之期刊論文、統計資料、相關報導等文獻資料，作為探討音樂類表演藝術團體經營策略之基礎資料，資料來源可分為兩類，一是第一手資料，可透過訪談、參與、記錄，透過深度訪談後整理資料做分析；另一則是次級資料如：演出活動宣傳品文宣與網站資訊等資料，以及前人研究之相關議題。

3.2 研究對象選取

本研究所選取之主要研究對象分別為：絲竹空爵士樂團、午後之樹爵士樂團、世界軌跡樂團。絲竹空爵士樂團於 2010 年榮獲金曲獎演奏類「最佳專輯獎」與「最佳專輯製作人獎」；世界軌跡樂團於 2011 年榮獲傳統暨藝術音樂類金曲獎「最佳跨界專輯獎」與「最佳專輯製作人獎」；午後之樹爵士樂團於 2010 年先後獲得了來自紐約與日本的演出邀約，且都具備開闊國際觀，想將台灣本土多元的音樂文化推向國際。

表 3.1 研究對象基本資料

樂團名稱	絲竹空爵士樂團	午後之樹爵士樂團	世界軌跡樂團
成立時間	2005 年	2006 年	2009 年
專輯數量	3 張	2 張 1 張 EP	2 張
樂團特色	從爵士樂自由與融合的態度出發，以寬廣的視野尋求不同樂種間融合的可能性	融合西方爵士與東方國樂，加入在地民謠、古典的創作概念	致力於音樂的多元發展，不願意被限定在任何的音樂形式與框架，世界軌跡樂團以爵士為基底
主要創作、編曲者	彭郁雯、吳政君	藤井俊充、程明	吳馬丁

資料來源：研究者整理繪製

一、絲竹空爵士樂團（Sizhukong）

絲竹空爵士樂團成立於 2005 年，非常特別的是光看團名就令人好奇：「絲竹」怎麼會和「爵士」連在一起？

2007 年 3 月，樂團發行同名專輯『絲竹空』，完成了當代爵士樂手夢寐以求的目標：將本土音樂與爵士元素完美融合，這是一張聽得到早晨清新空氣的劃時代跨界作品。榮獲 2008 年兩項金曲獎提名（流行演奏類最佳專輯及最佳製作人），並於亞洲許多國家上市，深獲愛樂者和樂評人的喜愛與肯定！。2010【紙鳶】專輯榮獲金曲獎演奏類「最佳專輯」與「最佳專輯製作人」獎得主。2011 第二屆金音獎「最佳現場演出」獎得主。2012 為台灣第一支受邀至北美最具規模音樂展《加拿大音樂週》的爵士樂團。2013 為唯一的亞洲團受邀至《愛丁堡爵士藍調音樂節》，也是首次受邀的台灣團隊。

二、午後之樹爵士樂團

午後之樹爵士樂團，成立於 2006 年，一開始是由三位背景迥異的團員組合而成：團長藤井俊充（Toshi）擔任口琴手、配上程明（Mountain）的木吉他、以及張道文（Annie）的大提琴。如此簡單的組合，卻營造出悅耳動人的旋律與氣氛。吉他的純樸、自然，輔以大提琴的高貴，口琴的天真率性，融合出奇的美好。2009 年新加入的二胡陳依芳（Evon），融入前所未有的國樂樂器，激盪出許多不一樣的火花與創意，更加擴張了午後之樹音樂的深度與想像。2012 年二胡吳瑋洳（Fifi）的參與更為樂團注入了不一樣的俏皮與活力。午後之樹以其獨特少有的樂器組合，每一場音樂會都帶給前來聆聽的愛樂者清新脫俗的美感經驗。他們始終找尋不同音樂領域間對話的可能性：無論是從古典樂、傳統爵士或融合樂、世界各地的民謠、國語及西洋流行歌曲、乃至於國樂與客家山歌，他們不斷地從中尋找創作靈感，或是每每與風格迥異、各個不同領域的歌手、音樂家交流合作，都使他們與其音樂理想更加地接近。在製作發行了兩張 EP 之後，也於 2010 年底自費獨立完成了自己的首張完整專輯——「Clover 幸運草」。

三、世界軌跡樂團（Orbit Folks）

世界軌跡樂團，成立於 2009 年，音樂文化的軌跡，即是音樂的傳承，這代表著各國民族文明的延續，當現代爵士樂的元素遇上了世界民族的傳統音樂，現代爵士樂？

不斷融合爵士與世界民族的『世界軌跡樂團 Orbit Folks』自 2009 成立以來，成功地在台灣開創爵士的新紀元，首張專輯『失落的環節 The Missing Link』更是一舉拿下五項提名並榮獲第 22 屆傳統暨藝術音樂類金曲獎「最佳專輯製作人獎」及「最佳跨界音樂專輯獎」。

世界軌跡樂團的英文 Orbit 是軌道之意而 Folks 是指各地民族傳統舞蹈音樂之意，原創的本意是希望運用軌道的追尋，將失落各地的民族傳統音樂一一尋回。音樂總監吳馬丁（Martijn Vanbuel）不斷開創台灣音樂的新紀元，讓台灣的爵士環境不斷提昇，這兩年多來，世界軌跡以參與無數的音樂演出活動以及與一系列『傳統與爵士的橋樑』大學巡迴演出，締造了創團以來最盛大的回響。

3.3 深度訪談題項設計說明

本研究對國內音樂類表演團體的經營策略進行探討與分析，訪談對象設計為中小型音樂表演團體訪談內容主要分為五大面項：瞭解創新表演團體的營運特色、分析樂團個案的產品行銷策略、創新表演藝術團體的藝術市場開發、瞭解樂團的財務策略狀況、樂團的創新音樂演出模式。

為了分析中小型音樂表演團體經營策略之困難。其題項設計如下：

(一) 經營面

- (1) 成立宗旨
- (2) 經營特色與經營理念為何?
- (3) 是否先進行內外部的環境分析?
- (4) 組織結構(行政、藝術、技術人員)
- (5) 人力資源管理(人才培養：專職、兼職、義工)

(二) 行銷策略

a.產品

- (1) 製作與演出流程安排的基本理念為何?
- (2) 貴團體是否提供周邊商品，例如：影音出版品，以滿足觀眾需求?
- (3) 此類產品銷售管道如何規劃?

b.價格

- (4) 貴團體的節目票價訂定考量為何?
- (5) 貴團體是否提供優惠活動?對於整體收入有何影響與效益

c.通路

- (6) 貴團體如何安排演出場次與場地?有那些考量的因素?
- (7) 貴團體在售票通路規劃的安排為何?

d.推廣

- (8) 紙本宣傳品設計形式或媒體宣傳的主要管道為何?以何種宣傳形式效果

最好?

- (9) 貴團體是否與異業團體共同進行行銷推廣合作?
- (10) 網路社羣的經營定位與目標?
- (11) 對網路社羣經營的未來規劃與遠景?

(三) 藝術市場開發

- (1) 台灣社會民眾對貴團體的演出形式接受度如何?
- (2) 貴團體透過何種方式培養新的觀眾族群?
- (3) 貴團體透過何種機制瞭解藝術群眾的興趣、態度與參與動機?

(四) 財務策略

- (1) 貴團體的主要收入來源分配比例為何?
- (2) 貴團體的財務開支分配比例為何?
- (3) 貴團體與政府單位的補助申請合作方式?
- (4) 貴團體與民間企業贊助的合作模式

(五) 創新音樂模式

- (1) 創新演出型態的成員如何組成?
- (2) 創新演出的創作手法?
- (3) 創新演出團隊的多元價值如何界定?
- (4) 創新團隊領導者的個人特性?
- (5) 對台灣目前的藝文生態有何看法?
- (6) 創新形態的音樂演出團隊如何提升作品的藝術價值?

3.4 研究架構

本研究旨在瞭解以創新為經營目標的音樂類表演藝術團體之經營策略。並希望整理出該團體創新經營的新模式，對於市場面與供給面提供指標性行銷策略統合。

本研究之架構如下圖 3-1 所示：

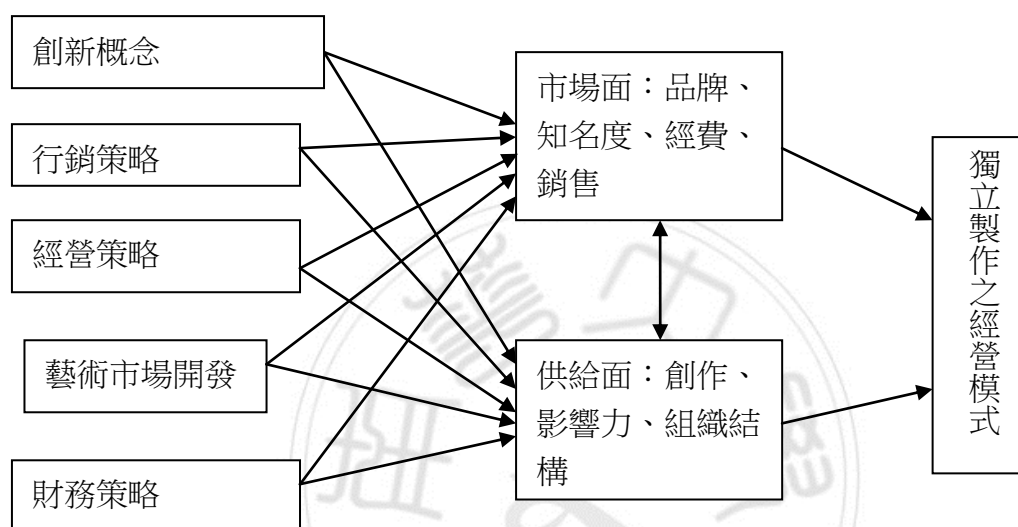


圖 3.1 研究架構

3.5 研究執行

3.5.1 深度訪談步驟說明

本研究訪談步驟將分為三個階段來執行：

一、訪談前之執行方式

研究者在訪談前，收集相關文獻資料，藉以選出適合的表演團體做為訪談對象，透過相關人士的引導，並以 E-mail 或電話聯絡方式，確認受訪者之意願。再取得受訪意願後，以 E-mail 方式將訪談提綱寄予受訪者，使受訪者對訪談問題有初步的了解。

二、訪談進行之操作方式

本研究將以面對面訪談方式進行，過程中全程錄音。研究者依照訪談提綱提問過程中怕太過於形式化，部分會以口語方式提問，從中獲得受訪者之相關經驗與建議，將問題盡可能達到資料回收之完整。受訪時間大約為六十分鐘。

三、訪談結束後之處理方式

研究者將訪談之錄音檔建立為逐字稿，過程中若有不清楚之處，藉由電話或 E-mail 再次請教受訪者，逐字稿建立完整後，針對逐字稿內容進行編碼與分析。

四、訪談對象選取

主要範圍以三個中小型音樂表演團體，其中以爵士樂團選取具代表性樂團，並以樂團團長與行政人員做為本研究主要訪談對象，分別為：絲竹空爵士樂團藝術總監、行政執行；午後之樹爵士樂團團長及其三位團員；世界軌跡樂團音樂總監、藝術行政企劃。

表 3.2 訪談人員資料表

訪談團體	職稱	代碼	訪談日期	訪談時間
絲竹空爵士樂團	藝術總監	A1	101.11.29	72 分鐘
	行政執行	A2		
午後之樹爵士樂團	團長	B1	102.01.03	45 分鐘
	財務	B2		
	公關	B3	101.12.13	42 分鐘
	網宣	B4		
世界軌跡樂團	音樂總監	C1	101.12.15	43 分鐘
	藝術行政企劃	C2		41 分鐘

資料來源：研究者整理繪製



3.5.2 訪談主軸編碼說明

一、資料處理的方式

而將研究資料與以編碼乃是一種形式化再現的分析思考。在資料分析工作當中，最困難的就是建立範疇與主題。也就是說將觀察得筆記、訪問稿、或任何文件逐字閱讀，以照片、逐句、逐行或段落進行分解，並加以標籤。

句子或段落標籤化的重作即是「編碼」，但並非賦予名稱而已，而是要與以概念化（齊力、林本炫，2005）。

本研究依訪談大綱，以問題引導方式，探討所要瞭解的問題或是針對過程中有所疑惑或不清楚的地方會加以求證。為了避免時間久了以及訪談當下記憶有限，錄音且將錄音資料編輯整理出訪談逐字稿。以代號「A」、「B」、「C」代表三個團體，以「A1」、「B1」、「C1」代表主要受訪者，而「A2」、「B2」、「B3」、「B4」、「C2」都代表次要受訪者，並在每份訪談逐字稿，填上訪談日期、時間、訪談地點及訪談對象。

二、訪談資料編碼及分類

將每一份完成的訪談稿都加以編碼、逐次找出資料的意義、觀念與事實，重點概念化，並注意獲得的資料與本研究相互契合。整理期間蒐集、編碼與資料分析同步進行，將訪談稿中受訪者的敘述內容進行編碼，編碼及題項代碼範例如下：

Ex：A1-II-Q1-2 所代表的代碼意義

A1：代表受訪者 A 團的第一主要受訪人

II：代表主題提項

Q1：代表問題提項

02：如同題項中有多於一的回答將以 02、03 接續編號

第四章 資料研究與分析

本章節依據訪談的五個層面進行分析和說明，第一節經營策略分析，第二節行銷策略，第三節藝術市場開發，第四節財務策略，第五節創新音樂模式。

研究對象將以 A「絲竹空爵士樂團」；B「午後之樹爵士樂團」；C「世界軌跡樂團」。以此編碼作為本章節的受訪對象之代號。

4.1 經營策略分析

4.1.1 成立宗旨

A 樂團從 2005 年成立至今樂團編製逐漸擴大從原本四人擴增至六人以及會與不同的樂手合作，可以說是目前爵士樂跨界編製最大的樂團。

（絲竹空），反正就是看到絲竹就會想到國樂嗎？可是因為就這個名字本身又有很多層的意思，三個字分開來看就各自有他的意思，然後絲竹又是音樂，絲竹空又是穴道 所以就覺得還不錯嗎？然後因為穴道就是有療效，所以也會希望說我們的音樂可能也可以帶給大家一些好的感覺。（A1-I1-Q1）

B 樂團從 2006 年成立以來由三重奏擴增至四人，口琴、吉他、大提琴以及二胡的加入，有時會與人聲合作。

我們三個人一開始是，因該算這個樂團比較是一個 practice 的狀態開始大家雖然這塊是不熟悉的但是就是因為有興趣，就是再一起玩一玩，有時候接一些演出。（B1-I1-Q1-01）

C 樂團從 2009 年成立，團員以四人為基本，有行政。以爵士、民族音樂為基礎。樂器有低音大提琴、小提琴、鋼琴還有特別的印度塔布拉鼓。

受訪者 C2：「沒甚麼宗旨他喜歡的音樂阿，他有創作就有產品要買對阿。（C2-I1-Q1）」

由於表演團體不斷增加就 2013 年台北市文化局有立案的音樂表演團體約 626 團；新北市政府文化局立案音樂表演團體約 363 團。

表 4.1 成立宗旨

團體名稱	絲竹空爵士樂團	午後之樹爵士樂團	世界軌跡樂團
申請類別	音樂	音樂	音樂
成立時間	2005	2006	2009
設立宗旨	從爵士樂自由與融合的態度出發，以寬廣的視野尋求不同樂種間融合的可能性，藉由中西樂曲的交織、樂風的融合、東西方音樂精神的共同呈現，來反映身處多元化交會的當代台灣的一種生活情調。並期望藉由不同樂風的撞擊，激盪出獨特的聲響。	融合西方爵士與東方國樂，加入在地民謠、古典的創作概念，午後之樹以其獨特少有的樂器組合：口琴、吉他、大提琴及二胡，希望帶給台灣愛樂者一股屬於療癒心靈的清流。並成功地推廣了在地的音樂文化。	致力於音樂的多元發展，不願意被限定在任何的音樂形式與框架，世界軌跡樂團以爵士為基底，跨界再跨界。
立案	台北市政府文化局	台北市政府文化局	新北市政府文化局

資料來源：研究者整理繪製

4.1.2 經營特色與經營理念

訪談團體屬於爵士樂、世界音樂，但卻有不同的音樂風格、定位與經營特色。創新樂團，樂團特色是很重要的如何在眾多樂團中脫穎而出，A、B 團都以爵士樂跨界加入國樂等元素發展則曲風卻截然不同，然而 C 團則是以爵士樂與民族音樂融合的風格。

在經營理念上，三團共同整理分析，表演團體希望作品能維持品質、不斷創新，讓團隊具有創造力及更高的藝術價值。

受訪者 A1：「就樂團的特色來說，可能是，就是作比較是國樂跟爵士樂跨界樂團的東西那這可能是，比較少見的東西吧，但是就國樂要跨界這件事情也很多人來做，但是我們主要是以爵士樂來跟國樂的東西來融合再一起，然後會強調即興演奏還有團員之間的互動，所以就不完全是照譜來演出。（A1-I1-Q2

)」

受訪者 C2：「台灣好像沒有人做過的東西，所以我覺得那是他的特色音樂。(C2-I1-Q2-01)」

受訪者 C1：「所以要維持一種品質，要一直做新的東西，是為了觀眾也是為了樂手。(C1-I1-Q2-03)」

小型表演團體對於經營理念並沒有想這麼多，一開始或許只要一次的表演機會，慢慢的發展出新型態的演奏模式。

受訪者 B1：「就像剛剛講得一個 project 所以我們沒有想要就是作這個團來靠生活阿什麼的，所以一開始是沒有這種經營的概念，那時候我們後來也是作專輯，其實我們樂團的東西都還蠻，很多東西都是蠻 DIY。(B1-I1-Q2-01)」

受訪者 C2：「那經營理念我覺得是，也是一邊學一邊作，對阿，然後用台灣的音樂既有的一個方向然後在去慢慢擴展，開發一個新的市場，演奏市場也是新的一些小眾市場。(C2-I1-Q2-02)」

4.1.3 內外部環境分析

對於內外部環境分析，部分團體會去瞭解其他團體的狀況或是會如何做宣傳，受訪者 A2：「至少會去了解其它樂團的他們的活動阿然後他們目前的狀況但是怎樣做宣傳會去了解，但是還沒做到分析這塊。(A2-I1-Q3-01)」。

受訪者 A1：「就我們演出會做問卷聽眾對我們演出，知道聽眾對我們演出的反應怎麼樣，反正沒有到說真的很，沒有辦法像企業作一些統計數字上這麼詳細的分析，不過當然我們一定要瞭解這個環境或是聽眾能不能接受我們這類的。(A1-I1-Q3-01)」

受訪者 B2：「當然會考慮到說市場上有沒有類似的東西，但是基本上還是已有趣做出來的音樂有趣比較重要然後當然也要我們內部嗎？，就是要符合我們的能力阿或者是我們的每個人都有他的特色，每個樂手都有他的特色對阿。(B2-I1-Q3)」

受訪者 C2：「行政方面來講內部的話，我們那個對環境分析的話我們的網

站還有我們的文宣，我是用這方面然後用這些來著手，就是一些企劃方面，外部的部分那時候我有做過看一些台灣的一些大部份作藝文團體是怎麼作，那其實都是滿類似的對外就兩種，一種就是對政府的補助類似這些，另外就是商業演出或小型演出，然後再來其實因為我們也沒有很多的一些費用，所以我們對比較商業的一些環境我們比較不會去接。(C2-I1-Q3-01)」

綜合上述訪談資料，外部環境是會透過問卷來瞭解聽眾的接受度，且瞭解其它團體怎麼做；而內部環境則是由音樂專業團員組成，且建立品牌形象方法之一是透過網站及社群網站等方式做宣傳。

4.1.4 組織結構

任何一個組織都需要清楚地被定位，不管編制大小(張慧真，2004)。

中、小型表演團體的組織結構以及人力資源，常常因為經費不足的關係，沒有辦法請行政或是會出現一人多重角色的狀況：就以午後之樹爵士樂團來說，所有工作都由四位團員來分配完成。受訪者 B3：「午後之樹呢?算是一個跨界爵士樂團，那我們的樂團的成員就是，事實上就只有音樂家部分，所為的行政跟技術人員，我們就是校長兼打鐘的那種形式，那就是譬如說：樂團裡面我們有四個人嘛?(B3-I1-Q4-02)」

由四人去分散這些工作項目，但是，不是專職在加上專長也都是音樂才能，對於一些細節和條文，多少無法與專業的行銷企劃作比較。

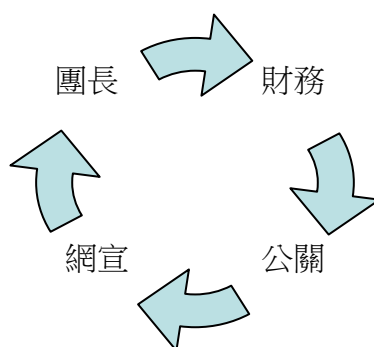


圖 4.1 B 團組織架構示意圖

資料來源：研究者整理繪製

另兩團體雖有行政人員，卻也呈現出人員不足的狀況，藝術總監與行政人員，兩人須處理所有事物。

受訪者 A2：「藝術總監在下面團員，團員老師，那其實藝術總監旁邊在畫下來旁邊是行政。（A2-I1-Q4-01）」。

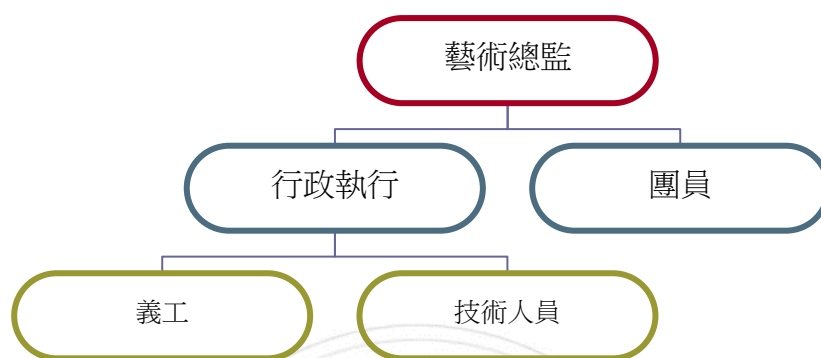


圖 4.2 A 團組織架構示意圖

資料來源：研究者整理繪製

受訪者 C2：「組織結構的話其實很簡單行政大部份都是我再幫他弄，音樂的話大概都是他，所以其實我們算是很分工的，我們其實不太會干擾，技術人員那都外請的。（C2-I1-Q4）」。

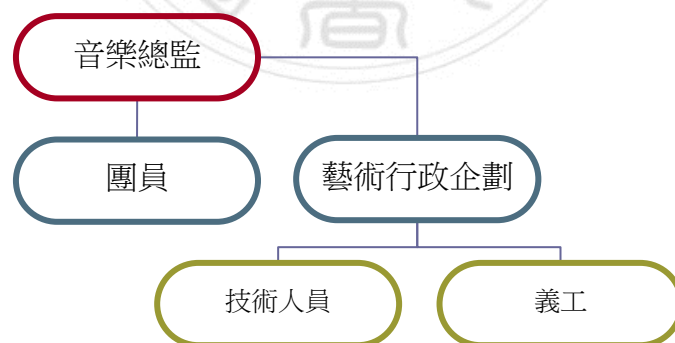


圖 4.3 C 團組織架構示意圖

資料來源：研究者整理繪製

技術人員都是另外聘請的居多，無論是音控、燈光或者是錄影等等，都會以常期合作的技術人員合作。

4.1.5 人力資源管理

樂團成員都以兼職為主，每個人都有其他的團體或是教學的工作。訪談過程中，受訪者也說，除了五月天很少團體是屬於專職。

受訪者 B2：「你所謂的專職是專職在這個樂團還是，當然不會阿我們還是會去別的樂團，因為這就是一個 project，樂手這個東西如果專職，專職在一個樂團，除非是五月天。（B2-I1-Q5-01）」

受訪者 C2：「我覺得大部份的樂手都是兼職的吧，可能還沒有辦法有能力養全職的樂手，再來那因為爵士圈裡面的我覺的那個形態比較不太一樣。（C2-I1-Q5-01）」

義工的部分，中、小型表演團體義工主要是由粉絲來擔任。

受訪者 A2：「義工的話基本上就是還是都由粉絲來找，我覺得就是從這中間會有幾個就是（熱血青年）然後對服務，對絲竹空音樂都很喜歡，相對就會有就幾個是固定的就是他們只要時間 OK 話他們都非常幫忙。（A2-I1-Q5）」

技術與行政人員，不論是音樂團體或是戲劇團都不太可能有專職人員，技術人員需外聘、行政人員可能是團員或家人，除非有好的團隊或者經營者，而獨立創作之路是很不容易的。藝術性是需要專業人員擔任，規模較小的音樂表演團體，不可能專職於同一個樂團，會有不同的樂團或是工作，表演者在外必須兼任其他工作，才能維持生活。

4.2 行銷策略

4.2.1 產品策略

4.2.1.1 製作與演出流程的安排

團體話題討論主軸再於如何選擇演出曲目與如何安排年度製作與理念，然而對音樂表演團體來說，沒有太多拆、裝台的問題，演出流程會比其它類型的表演團體來的簡單些，而大致上會分成三大類：第一類創作、第二類行政、第三類技術。

以 A 團及 C 團來說每年都會有大型的演出即為年度製作，而 B 團則是會依季節、慶典選曲。

受訪者 A1：「演出流程的安排，就是要看起來好看，因為我們有了，那個一個概念，然後讓我們在創作上，也會去做一個它的風格的調整，就有一些特別適合開場或是結束的或者說它，大概曲子的數目，然後音樂的感覺哀傷或是快樂什麼，這些大概都會做一些平衡然後再把它搭配起來，演出的流程是流暢的。（A1-I2-Q1-02）」

受訪者 C1：「譬如說現在有在講一個新的製作，就是跟打擊樂團合作，那先要有自己的想法…然後也是會覺得是另外一種，因為還是會考慮民族音樂嘛…所以 OK 常常由一首歌開始，就是你覺得這首一定可以，然後從那一首你就會看得出來其實還有很多首，你可以跟這個有點像的，很像那顆樹。那我們就先寫一個 proposal，怎麼說反正寫一篇文章，已經在介紹這個製作，很多是還沒有的音樂，還沒有寫出來的可是在想像的，或是已經有這首歌可是還沒有編等於一個新的編曲，已經可以寫了因為我們腦袋已經有想法了。（C1-I2-Q1）」

受訪者 B2：「這個不一定，有時候我們會看，譬如說聖誕節要到了也許就會想一些就是符合，那個節慶的一個感覺東西阿，那譬如說：如果是我們要去參加客委會的活動，那當然就會用一些客家的東西這樣子。（B2-I2-Q1-01）」

對於中小型音樂表演團體來說製作與演出流程可以分為兩種形式，一種是音樂演出，另一個是專輯製作。選曲、編曲、企劃、公關、包裝設計以及網路宣傳。

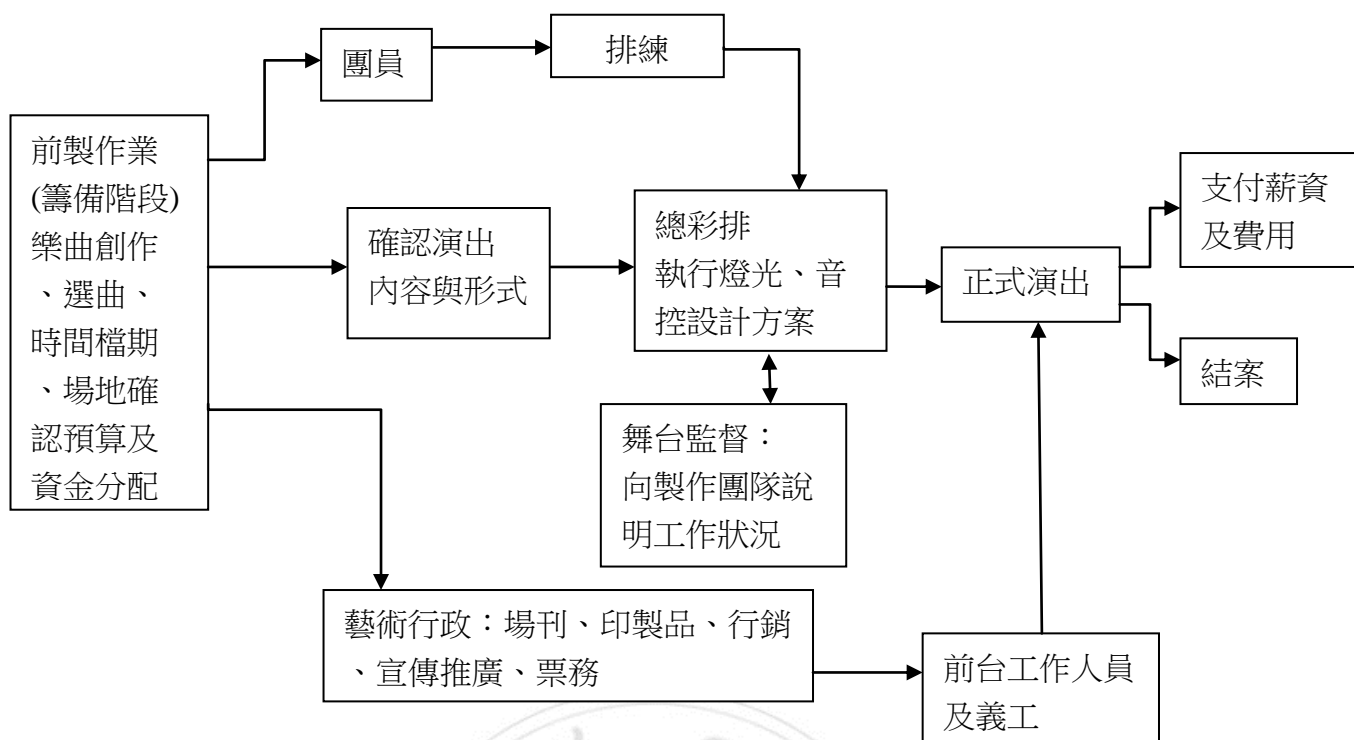


圖 4.4 演出製作流程圖

資料來源：研究者整理繪製

4.2.1.2 貴團體是否提供周邊商品，例如：影音出版品，以滿足觀眾需求？

音樂表演團體，主要提供的周邊商品大多以 CD 專輯為主，而 C 團的選擇更多年曆小卡、筆記本、衣服以及資料夾等。

受訪者 A1：「有我們主要是 CD。（A1-I2-Q2）」

受訪者 B3：「有我們已經出了兩張 EP 兩張專輯，然後我們也有錄製 MV，然後水精靈是我們第二張專輯的主打歌。（B3-I2-Q2）」

受訪者 C2：「其實我們每一年都會作年曆…年曆小卡，還有我們做的那個資料夾…影音產品的話，我們今年，年初就有作 DVD。（C2-I2-Q2）」

表 4.2 影音出版品及周邊商品表

影音出版品及周邊商品						
個案團體	CD(EP)	DVD	MV	小卡	資料夾	年曆
A	●	●				
B	●		●	●		
C	●	●		●	●	●

資料來源：研究者整理繪製

4.2.1.3 此類產品銷售管道如何規劃?

音樂會時「周邊商品」的販售使樂迷可以再次聆聽，與享有相關紀念品如：衣服、筆記本等。現場演出是一次性的，而購買專輯則可以培養樂迷對此團體的喜愛與熱誠。

受訪者 A2：「除了我們自己也有賣之外，那其他的可能就是實體的商店或是線上的商店，像博客來、誠品線上的商店都有賣，那國外也有通路。（A2-I2-Q3-01）」

受訪者 A1：「那個銷售的管道，其實因為唱片就是說我們要找通路，所以像我們前面兩張都是我們自己製作完成，其實三張都自己製作，前面兩張是我們製作到包裝都完成，然後就是，委託唱片公司去作代銷，所以也就他們等於是說幫我們鋪貨到實體商店或是網路商店這樣或是像數位的平台這樣子。然後第三張就是找到 Sony 我們算我們是雙方一起合作，然後共同來出版這個產品（就是這個專輯），然後他們會負責一些宣傳，然後在他們的通路，在和他們的行銷管道上去幫忙銷售這樣子。（A1-I2-Q3-02）」

受訪者 A1：「那當然我們自己這裡也可以賣，前面兩張的話我們也有給國外的網站，就是獨立製作的一些音樂產品，可以在網站上賣到全世界第三張的話 Sony 就是他是就全球就在亞馬遜上面有做線上的下載。（A1-I2-Q3-03）」

受訪者 B3：「那我們就是會，放一些專輯在我們常表演的地方 ex：法藍瓷或是 A house 第一張專輯事由以前的喜馬拉雅發行，第二張專輯會是由風潮發行，他們會放在他門的通路。那我們也會在之前專輯發了之後我們會再誠品作專輯的宣傳的演出，那我們通常都會找一些地方作專輯發表音樂會。（B3-I2-Q3）」

受訪者 C2：「會找那個大型的管道，代理總經銷的管道，我們第一張就喜瑪拉雅，所以銷售管道大概分兩個，一個就是我們自己的，那如果是演出現場賣大部份，其它的銷售管道就是給風潮，他們就會去鋪貨，我們之後也有計畫要把這些產品拿到歐洲去。（C2-I2-Q3-01）」

專輯的銷售管道，大致上分為四類：（1）自行銷售，（2）與大公司合作，（3）網路線上發行，（4）外銷國外。

表 4.3 專輯銷售管道

個案團體		A	B	C
專輯銷售管道				
自行銷售 演出現場販售		●	●	●
與大公司合作	喜瑪拉雅	① 絲竹空： 彭郁雯的爵 士狂草 ② 紙鳶	① 幸運草	① 失落的環節
	風潮		② 迷迭香	② 弦絲綺舞
	Sony music	③ 旋轉		
網路購買及線 上發行	KKBOX	●	●	●
	博客來網路 書店	●	●	●
	誠品網路書 店	●	●	●
外銷國外		●		●

資料來源：研究者整理繪製

4.2.2 價格策略

4.2.2.1 貴團體的節目票價訂定考量為何？

票價的訂定大多，表演團體會依場地因素而有所不同，然而參考其他團隊訂價也是方法之一，依場地如：中、小型表演場地，票價位於三百五十到五百之間不等；大型表演場地例如演藝廳票價則因位置的不同而有所差異。

受訪者 A2：「其實也是會先參考其他團隊怎麼訂，譬如說：也是會看場地然後在參考一下其他團隊大概會定那一些他的那個範圍，因為也是也不要訂的差太多但也不會說定的就是訂的很低。有時候也會考量到場地的因素上的。（A2-I2-Q4-01）」

受訪者 B3：「大部分演出場地，他們都會給我們票價的（range）通常表演場地跟演出團體都是六四分，表演場地抽六，演出團體抽四。那票價的話大

概就是，我們有過的演出的票價三百五到四百的那我們也非常歡迎企業贊助。

(B3-I2-Q4) 」

受訪者 C2：「一般價格吧!你知道做獨立樂團的，或是做這種比較藝文類的東西，大概價格都是在四百塊到兩百塊之間。(C2-I2-Q4) 」

4.2.2.2 貴團體是否提供優惠活動?對於整體收入有何影響與效益

大型演出的票價優惠 A、C 團都有使用早鳥優惠；B 團則是演出後購買兩張專輯有優惠，也推過學生價。雖然票價優惠的形式有很多，受訪者 A2 表示透過早鳥優惠，讓大家提早把時間定下來。

受訪者 A2：「第一個，一定都會有早鳥優惠就是，讓大家早點把時間定下來，然後來賣票，這部份也是有效果，但是另外一部份也是覺的時間還早（也會先買）但是其實還是會有人他會這麼作，然後再來的話，可能就是那個活動 facebook 活動，就是結合 facebook 轉 po 我們那個活動影片對然後再從活動裡面抽出。活動也有送 CD，那因為大家就是通常有獎，雖然名額很少但就是提高大家關注活動的意願。(A2-I2-Q5) 」

受訪者 C2：「都會作一些優惠活動，或是會有贈品活動。(C2-I2-Q5-1) 」

受訪者 B3：「優惠活動我們曾經，就是在校園表演的時候 CD 兩張合賣價格，有比較稍微便宜一點。(B3-I2-Q5-02) 」

B 團以音樂家組成，對於優惠活動是否影響收入沒有太深入的研究；而 C 團行政則表示優惠活動對收入會有一點點影響。

受訪者 B3：「你知道這個，因為我們都是音樂家，所以我們對於整體收入跟效益影響實在是沒有甚麼太深入的研究。我們就是很希望 就是有很多人喜歡我們的音樂聽我們的音樂，藉由我們的音樂，譬如說哪一天心情不好的時候聽一下，就心情好（很放鬆）。(B3-I2-Q5-01) 」

受訪者 C2：「收入的話其實一點點影響拉，當你知道你要做這種比較大型的演出，像我們這種小團，想要做這種大型的時候也是我們已經，沒有對收入的一些獲益有多大的期待，我們只期待不要虧錢就好，這是我們最大的期待。(C2-I2-Q5-2) 」

4.2.3 通路策略

4.2.3.1 貴團體如何安排演出場次與場地?有那些考量的因素?

避開大型活動或是同一個區域一個月內不會辦相同的音樂會，而場地選擇必須考量舞台需求及檔期的安排，對中、小型音樂表演團體來說或許無法像戲劇團體一樣，一連三天或是一天二至三場，這樣可能會分散票聽眾。

受訪者 A2：「如果是年度音樂會的話，第一個當然是盡量排，就是排先定一個大家老師時間都可以之外，然後就是避開比較大型的活動，譬如之前怕會碰到兩廳院的爵士音樂節，那如果有衝突到的話就會分散票源。檔期差不多就是會考量盡量避開，重要的活動不要跟人家強碰。(A2-I2-Q6-01)」

受訪者 B3：「通路的話大部分我們都是安排誠品，那場次的話事實上我們都會想說一個月內不要太多場因為這樣會分散聽眾。(B3-I2-Q6-02)」

B 團體則是會考量樂團形像，選擇演出場地與演出時間，都是必須要符合團名或是氛圍。

受訪者 B1：「當然也會想我們樂團的形象，因為我們樂團就叫午後之樹，我自己的生活方式，如果是我們去晚上十一點的地方演出的話我會覺得怪怪的。如果是我們的音樂會，我還是蠻喜歡下午或是如果是晚上也是比較有（不要太晚），因為我們樂團的形象也是比較偏 Lohas，就是那種東西就是不要太，就是有這樣子氣氛的餐廳我們會比較喜歡去。(B1-I2-Q6-01)」

受訪者 A2 表示：場地費用也是影響因素之一；受訪者 C2 對演出場次則是必須符合成本，其次是場地，太過於商業演出的場合不做安排。

受訪者 A2：「像場地都很難選，因為其實，但場地現在還是最大的難度是場地費，對!它的費用那目前就是紅樓，它就是場租，它對於藝術團隊它有特別的優惠，相對它的折扣，就是它，我們附出去的場地費就會比較少一點。(A2-I2-Q6-02)」

受訪者 C2：「有表演就會比較多，那當然場地跟場次的話，就當然是會盡量去安排，一些比較適合的，如果價格太低我們也不太願意去，這樣我成本都不夠了這樣對老師也是很不好意思，所以我們大概是有一些就只要是場地 ok，

然後價格也 ok 的話，我們都會安排，所以頂多考慮的因素價格…也是個考量的因素再來場地它是怎樣的場地，如果是太過商業演出，就直接對他說那就再聯絡（C2-I2-Q6）」

4.2.3.2 貴團體在售票通路規劃的安排為何？

依據訪談內容與北部地區售票系統，團體選用兩廳院售票系統是比較普遍的，就方便性與宣傳效果而言兩廳院，每個月都會節目冊，購票方式也越來越多元，除網路購票也可到超商購票。華娛則是新的售票系統與場館合作，如表演團體提到的咖啡廳。購票方式：網路購票、傳真購票、手機購票與超商購票。或是直接與表演團體購票也是最簡單的方式之一。

表 4.4 售票通路安排

售票通路安排	
A	(1)兩廳院售票系統 (2)自行售票
B	(1)華娛售票 (2)演出場地售票 (3)自行售票
C	(1)兩廳院售票系統 (2)常合作的咖啡廳（盡量索票） (3)自行售票

資料來源：研究者整理繪製

受訪者 A2：「現在目前就是比較習慣兩廳院，因為它有提供服務所以它，每售出的票卷，它都會扣一些貴賓席下來，那我們自己售出跟他們現上售出扣的部份來做採樣，我們自己賣出去的話，被扣的東西就會比較少，但是我這樣比起來，我是覺得兩廳院的，我們需要花出去的成本好像比較低，然後兩廳院因為他的售票通路，其實也很多，然後它又有節目冊，他就是放兩個月，每個月都有節目手冊，所以相對於考量成本跟曝光。（A2-I2-Q7）」

受訪者 B2：「這個就交給演出場地他們都有通路。（B2-I2-Q7-01）」

受訪者 B3：「譬如說在法藍瓷的音樂會的話我們就是會開放網路跟我們直接訂購或是提早來這邊買票。A House 他們有他們的售票系統（華娛）他們也可以提早去那邊購買也都可以。（B3-I2-Q7-02）」

受訪者 C2：「現在售票通路大概都是兩廳院，就是通路然後對有時候售票通路我們會放在一些跟我們常常合作過的一些咖啡店，再那邊可以售票買票，可是我們盡量索票，（C2-I2-Q7-01）」

4.2.4 推廣策略

4.2.4.1 紙本宣傳品設計形式或媒體宣傳的主要管道為何?以何種宣傳形式效果最好?

依訪談及團體宣傳管道得知，表演團體透過社群網站宣傳，演出訊息是最不花錢的一種方式也是效果極佳的，其次是透過廣播節目宣傳，然而紙本宣傳品的設計依經費有限越來越少，如 B 團體紙本宣傳的部分最後也沒使用了。

表 4.5 宣傳方式

個案團體	紙本宣傳品設計形式	媒體宣傳主要管道	宣傳形式效果最好
A	(1)接近主題 (2)訊息清楚	(1)網路宣傳 (2)EDM&新聞稿 (3)廣播節目	社群網站粉絲團 廣播節目
B	(1)明信片 (2)演出訊息	(1)咖啡廳 (2)網路宣傳	社群網站粉絲團
C	(1)請設計公司設計	(1)咖啡廳 (2)學校 (3)網路宣傳 (4)E-MAIL (5)廣播節目	社群網站粉絲團

資料來源：研究者整理繪製

受訪者 A1：「就是那個宣傳物的設計當然就是要接近我們主題，然後訊息清楚，那就是也是希望說他看起來就是吸引人家去看，那我們主要媒體上宣傳，除了在網路上以外，網路是最便宜的，那我們自己可以在 facebook 或是轉貼或是就是有一些，E-DM 或是發一些新聞稿，有的記者他也會在網路的新聞上 po，那我覺得還蠻有效的像廣播，特別是一些比較大的廣播公司的節目，象是全國性的中廣的一些名人的節目，那當然真的就是說大家聽眾多的，聽眾多的電台真的就是...聽眾小的電台會效果會強很多。（A1-I2-Q8）」

受訪者 B3：「那紙本宣傳品呢本來我們要做一个樂團的 Q 版宣傳（類似小

書籤的東西)在那邊就不了了知了。比如說我們甚麼時候在這邊，那通常一個月以前開始宣傳差不多。(B3-I2-Q8-01)」

受訪者 C2：「設計品設計我們是有一位，有時候設計，簡單的話像 FACEBOOK 上的設計都是我設計，網路上可是如果今天比較專業的一些設計，我們會有一些，就是我們自己配合的設計公司會幫我們處理，(C2-I2-Q8-01)」

受訪者 C2：「就像我們辦音樂會，那個管道就會找我們大概都知道，像是第一個我們合作過的咖啡廳，它們都會幫我們貼，再來就是我們所有合作過的一些大學，所以我都會寄過去，他們就會幫我們貼(C2-I2-Q8-02)」

受訪者 C2：「FACEBOOK 也蠻好用的，而且它免費的，它的即時，所以這種東西就變的說，有的人就變的就是 PO 得更厲害(C2-I2-Q8-03)」

4.2.4.2 貴團體是否與異業團體共同進行行銷推廣合作？

A 團體與其他團體合作的經驗比較多，有舞蹈、武術、歌手及樂手，與不同團體合作不僅可以創出新的風格也可以讓不同團體的粉絲有機會透過這樣的活動多接觸不同團體。

受訪者 A2：「2008 在大安森林公園演出是最後有結合舞工廠的踢他舞。2009 是乘著紙鳶的翅膀，然後就是有絲竹空的音樂再結合，劍舞的搭配。然後再來就 2010 旋轉就加入那個原住民歌手小美，2011 也就去年就是馬丁老師，拉 double bass 的馬丁老師他就是年度製作就是遊文戲字，那裡面就用到還蠻多文字的聲音阿形象，還有加入一個視覺的設計就是，影像就搭配音樂。因為就是絲竹空本身的固定團員之外，都有做不同的結合，那音樂相對也會不一樣，然後也會，因為彭老師也希望說邀請其他的作曲家一起合作，那創作出來的樂曲，也是會讓聽眾聽到不一樣風格的音樂，每一個音樂家，每個演出者可能，他自己本身都有他們固定的粉絲，一定會有跟絲竹空的粉絲群還是會不太一樣，那透過這樣的方式，其實就是讓它透過這個機會也有機會聽到絲竹空的演出。(A2-I2-Q9)」

B、C 兩團者是與不同樂手合作，創造出不同的聲響。也如同受訪者 A2 所說的，會吸引到更多新粉絲關注。

受訪者 B2：「我們會跟其他的樂手合作，想今天的那兩位，剛剛講的 Horn Concerto 就有請法國號，然後我們也有跟歌手合作也有中阮，舞者有一次表演商業演出有。（B2-I2-Q9-01）」

受訪者 B3：「我們並沒有與特定的樂團進行推廣，但是我們常常跟不同的樂手合作，我們音樂會，會邀請不同的特別來賓，歌手阿，其它的樂器。（B3-I2-Q9-03）」

受訪者 C2：（C2-I2-Q9-01）」

受訪者 C2：「NanaFormosa 它是一個打擊樂團，一個二重奏兩個女生，已經合作很久了（C2-I2-Q9-02）」

或許可以這樣說，粉絲不一定是跟著團體，有部分的粉絲是跟著樂手，將樂手明星化，不論是樂手的學生甚至是親戚朋友，都有可能開始關注合作過的團體。

4.2.4.3 網路社羣的經營定位與目標?

透過社群網站 Facebook 將演出訊息及演出照片到一些聚會團練等照片訊息發佈到 Facebook，使粉絲關注大小活動甚至是其他相關演出訊息。現在普遍大眾開電腦或是使用手機上網第一個開啟的就是 Facebook，不論是觀看朋友發的文字或是看關注的任何活動，是生活上不能缺少的，表演團體透過網路社群行銷也是花費最少的，然而也是有少數人並沒有使用 Facebook，或者說太過於即時性了，如果需要得知團隊過去演出訊息甚至是正在進行的活動往往會被忽略，此次研究對象都還是會使用官方網站，然而官方網站的經營，如果對網頁程式不熟悉勢必要多花錢請網頁設計及維修，為有靠行政人員來維護及更新。下表為表演團體網站資訊：

表 4.6 表演團體網站資訊

個案團體	網站資訊
A	官方網站： www.sizhukong.com/ 社群網站： https://www.facebook.com/Sizhukong 部落格： http://blog.sizhukong.com/ 影音網站 www.youtube.com/watch?v=GpTHzMbCjx4 iNDIEVOX： http://www.indievox.com/sizhukong
B	官方網站： www.afternoontree.com/ 社群網站： https://www.facebook.com/afternoontree iNDIEVOX： http://www.indievox.com/afternoontree
C	官方網站： www.orbitfolks.com/ 社群網站： https://www.facebook.com/orbitfolks 部落格： tw.myblog.yahoo.com/orbitfolks 影音網站 www.youtube.com/watch?v=8wWqvTeFzLw iNDIEVOX： www.indievox.com/orbitfolks

資料來源：研究者整理繪製

受訪者 A2：「現在還是比較著重在 facebook 在上，平常的話…當然就是除了 po 就是平常演出的訊息照片，再來就是有的時候就是朋友的建議，也是會 po 一些其他相關的訊息或者是，就是喜歡絲竹空音樂的人，就會想可能他也會，我們也可以提供其他的演出的訊息，可以透過粉絲頁他們可以得到他們想要知道的消息。(A2-I2-Q10)」

受訪者 B4：「我們是用 facebook，因為在以前沒有 facebook 的時代，就沒有辦法用這種，因為你知道網路就無遠弗屆的狀態當然會希望用這個社群網站就去增加更多人知道我們這個樂團，然後他們喜歡這個音樂之外，它可能是我們的粉絲或是會關注一下我們的訊息。(B4-I2-Q10)」

受訪者 C2：「就像，我剛跟你講的大概二十歲到四十歲，那我當然會寫的東西也會寫的比較一些大概這年紀比較會喜歡看的，因為寫的太文詭譎，你會發現只要 PO 一些的照片大家都會喜歡，就像我發現好像有些人會把這些，偶爾會偶像化起來，所以會有一些幕後的照片或是一些幕前他們演奏的照片之外，他們都很喜歡看，我會斟酌 PO 一些東西上去，我們會盡量不要做到太私人的隱私都沒有。(C2-I2-Q10-01)」

受訪者 C2：「目標就慢慢做我感覺 FACEBOOK 有一天會落寞就像 MSN 一樣

，沒有東西是可以長久的在這個網路世界裡面，所以不用太在意我 FACEBOOK 要經營個十年二十年，搞不好有換新的 FACEBOOK 就是拿來做這個樂團。粉絲頁有在經營就好了。(C2-I2-Q10-02)」

4.2.4.4 對網路社羣經營的未來規劃與遠景?

依訪談內容得知目前表演團體，都慣用的社群網站為 FACEBOOK，互動性與即時性都很高也可以馬上得知粉絲是否關注自己的團體。

受訪者 A2：「遠景當然是希望有那種死忠的粉絲就非常關注我們的訊息對阿。(A2-I2-Q11-01)」

受訪者 A1：「就是 facebook 當然就是它其實是保持一種互動嘛對或者是就是你保持一定的人次，然後大家就會，反正這已經是一種很普遍的溝通方式嘛，那就會得到，讓大家知道你就是在 fb。(A1-I2-Q11-02)」

受訪者 B4：「當然會希望粉絲變得更多，然後就是更多人在關注這些 因為它那個不是都可以看說這禮拜來多少人，或是這張照片有多少人看過，但是她沒點讚，但是她看過，我也知道這張照片有多少人看。(B4-I2-Q11-01)」

受訪者 B3：「其實官方網站這件事情(可是大家都在用 facebook)本來就是 toshi 在管理 我不知道他管理到哪裡然後好像某件事情發生了一點狀況(就停了一陣子)對就沒在更新，我事實上不太，現在的我不太確定，大部分的人喜歡，還是喜歡去官方網站去看東西還是他們喜歡到臉書。(B3-I2-Q11-02)」

受訪者 C2：「部落格我也沒有在，因為部落格就是要寫文章，要找文筆很好，要常常 UPDATES 人家才會看所以部落格我也不會去。(C2-I2-Q11)」

4.3 藝術市場開發

4.3.1 台灣社會民眾對貴團體的演出形式接受度如何？

觀眾要買票進場的習慣需要培養，買票看演出表示支持與接受演出形式，A 團透過問卷的方式可以得知觀眾是否接受他們的演出形式。

受訪者 A2：「接受度不是難題，難再要他買票走進去聽，那因為，還有現在目前都是邀演比較多對，那我是覺得只要有在底下聽，縱使是因為從問卷裡面，縱使是第一次聽其實就是得到的那個反應其實都蠻好的對。那因為可能宣傳上面，可能要劇場藝術節宣傳的時間沒有那麼長那所以有時候，過去它整個那個觀眾沒有那麼多，它就是因為要推廣觀眾要買票的習慣，那也有可能就是剛開始起步，所以大家的習慣不可能馬上，這個活動就要馬上完成，但是通常就是有在裡面聽的觀眾，其實聽完的到最後面的反應都非常好。（A2-I3-Q1）」

B 團透過演出與觀眾互動以及專輯在演出後的販賣可以得知是否受歡迎。

受訪者 B2：「你知道我們表演的化，台下的觀眾因該是都還不錯阿，都還覺得，因該反應都還不錯吧。（B2-I3-Q1-01）」

受訪者 B3：「我覺得來聽的，聽眾都很喜歡把，因為像我們的專輯在演出後買都賣都賣得很好，我覺得這是一個，喜歡我們的証據（B3-I3-Q1-03）」

受訪者 B4：「因為我們的音樂就是有 toshi 他是日本人，但是他們會編一些跟台灣有關的事情，譬如說什麼客家的民謠，他就很喜歡這種類型，他就拿來編。歌仔戲，那就變成說，那就是台灣人有聽的歌，然後都溶入到我們的音樂裡面之後他們都還滿喜歡的，然後他們就那個算 CD 有點被壓到有點刮痕，他們還是會把他原價買回家那個狀況，可能是因為他們還就是還滿可以接受我們的模式。（B4-I3-Q1-03-04）」

C 團認為接受年齡成大約在二十歲到四十歲之間，也會透過問卷的方式調查接受度。受訪者 C2：「我覺得來聽過的接受度都還蠻高的，二十歲到四十歲他們接受度會比較好，然後族群在阿嬤階層的話，我覺得他們就不會接受，然後再音樂上他絕對不會想跟別人做一樣的東西，或是別人都在做的東西更不可

能會去做。接受度還蠻高的，因為他的東西比較注重和音，所以你聽起來會順的，它是有流程的起承轉合，有些比較現代，符合現代爵士，就有的連聽都聽不太清楚就覺得那聲音很怪，那他的東西的話至少很多人，我們常常作那個問卷調查，他們都覺得很和諧，對就覺得感覺不會讓人家覺得很刺耳。（C2-I3-Q1）」

三團都屬於爵士樂風格的音樂表演團體，樂團領導者可以清楚的看到觀眾是否接受以及與觀眾互動，A、B 兩團都帶有中國器樂，而創作風格有時會以地方民俗風情來做創作與編曲以及有些戲曲音樂在裡面，觀眾接受度也因而提高。C 團創作風格以世界音樂及民族音樂風格偏西方的演奏模式注重和聲。

4.3.2 貴團體透過何種方式培養新的觀眾族群？

透過訪談資料三團研究個案對於演出的宣傳方式，如何讓新觀眾持續關注演出訊息。以下為研究者歸納整理，如下表。

表 4.7 培養新觀眾族群的方式

研究個案	培養新觀眾族群的方式
A	(1) 演出活動訊息 E-mail 給聽眾群 (2) 朋友邀約 (3) 口耳相傳
B	(1) 透過網路更新資訊及影片 (2) 酷卡
C	(1) 口耳相傳 (2) 演出的方式（透過商演或是校園演出）

資料來源：研究者整理繪製

受訪者 A1：「我們大概都是透過一些演出活動訊息，然後就寄，給我們 E-mail 的聽眾群，然後通常喜歡的人都會再邀朋友來這樣子，所以還是比較靠口耳相傳拉。（A1-I3-Q2）」

受訪者 B2：「基本上我們不會去想這個問題，就是沒有作 market 的這部份，沒有去基本上就是很自然的發生就是要策劃音樂會，有時候也許會去宣傳一下，也許會拍一些，因為我們有品質專業嘛也會拍一些影片阿，之前去日本

也有印，那種酷卡，或者是放在一些地方，譬如說誠品阿或是一些咖啡館，大概有時候會做這種 market。（B2-I3-Q2-01）」

受訪者 B3：「我覺得我們就是盡量能夠在網路上，更新一些我們的資訊跟影片巴（B3-I3-Q2-02）」

受訪者 C2：「因為我們的觀眾都是口耳相傳的這樣子，口耳相傳比較多，然後新的就是透過我們有些商演、學校演出、集團的演出慢慢去推。（C2-I3-Q2）」

表演團體培養新觀眾族群方法之一，透過校園表演吸引學生族群成為粉絲，其次透過商業演出增加上班族群，再透過社群網站分享演出資訊及推廣音樂活動。

4.3.3 貴團體透過何種機制瞭解藝術群眾的興趣、態度與參與動機？

在瞭解藝術群眾的參與上，表演團體會是使用問卷的方式，受訪者 A2：「我們會有問卷。（A2-I3-Q3）」

受訪者 B2：「我們在第一次辦音樂會的時候曾經有做過問卷，之後就沒有。（B2-I3-Q3-01）」

受訪者 B1 與 C2 表示：做自己想做的，觀眾有興趣自然會參與。

受訪者 B1：「其實是說我們是比較不會管聽眾想聽甚麼，我們就做我們要的。（B1-I3-Q3-02）」

受訪者 C2：「我們的動機就是想做我們想做的音樂，那你想來就來，你真的沒有興趣我們勉強不來，畢竟我們在做的東西不是在為你迎合的東西，對那就是比較屬於商業音樂的東西，就不是藝術表演的方式，所以我們還是就像我們這樣的路繼續堅持下去做我們自己想做的東西，因為我們發現，我們做我們自己想做的東西好像並沒有好像粉絲變少，我們發現粉絲有增加，這代表是這個市場是有部分的人是很認同我們藝術產品（C2-I3-Q3）」

在此節當中表演團隊對於觀眾參與的動機，通常會以問卷的形式來瞭解，部份團隊則認為做自己想做的音樂，不需要透過任何方式來瞭解觀眾，方向對了特色展現出來觀眾自然會參與。

4.4 財務策略

財務策略是任何團體非常重視的一塊，但也是非常難，控管的，在中、小型表演團體中多以藝術家組成，對財務的敏銳性未能達到商業模式。

4.4.1 貴團體的主要收入來源分配比例為何？

對於經營層面的分配比例只能大致上說明，然而樂團收入不外乎這幾個主要的來源，演出製作（年度製作）的票房收入、商業演出、教學課程等，或是其他業務來增加樂團收入，以及尋找藝企合作的機會。

A 團和 C 團，因有行政人員對於政府補助申請上是比較多一些的，而商業演出的部分還是團體收入佔多數的，C 團對於太過於商業演出有一些不認同，主要還是會以自己的音樂為主，他們覺得「如果是太過商業演出，之前有演出有來問，我們說上半場要世界音樂，然後下半場我們要一個卡拉 ok，就直接對他說那就再聯絡。（C2-I2-Q6）」。

受訪者 A1：「在就是商演和那個政府補助，目前大概是補助大概佔百分之三十左右然後，商演就佔百分之七十，不一定每一年的補助，大概就三十到四十幾的補助，然後剩下就是商演的收入。（A1-I4-Q1）」

受訪者 B1：「最主要的收入主要是一些商業演出。比例很難講。（B1-I4-Q1-01）」

受訪者 B2：「商業演出佔大部份，大概佔八成吧！剩下的大概就是 CD 的販售。（B2-I4-Q1）」

受訪者 C2：「就演出吧 CD 收入其實那只是打平而已然後演出那分配的話我們會比較平均分配就是大家各拿一份行政也算一份，可能就是，音樂家的部分再加行政管理的。（C2-I4-Q1）」

依訪談內容，收入大致上分為三項：（1）商業演出；（2）專輯販售；（3）政府補助。

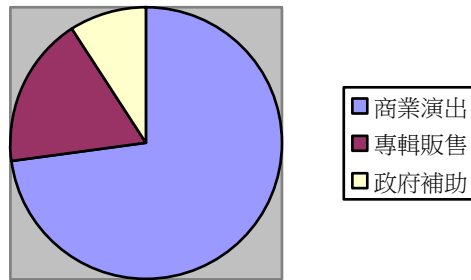


圖 4.5 財務收入來源示意圖

資料來源：研究者整理繪製

4.4.2 貴團體的財務開支分配比例為何？

受訪者 A1：「最大還是人事，就是除了薪資，行政薪資以外就是演出費用像這方面對其他，因為我們的舞台沒有很大，大概就是大的演出我們才會再找燈光這些，那一般的演出就是音響的部分，然後呢這兩年就是還有就是有放一些經費在行銷還有或是形象的建立，從 logo 設計阿，然後服裝，形象照，還有新的那個網站那個 flash 網站那個，你有看到那個嘛？(A1-I4-Q2)」

受訪者 B2：「如果說，在沒有專輯製作的時候，大部分是用來支付樂手的演出費用，那如果有錄製專輯的話那，像印刷那製作成本就會蠻高的再來就是，這個是大概百分之八十都是，就是重演出的費用，不算人事因為這是演出費用就對了，少部份是一些，人事費用大概是也是要製作專輯的時候才會產生，就是才會有我們要請外面的設計，請一些其它的文案這類的，交通費那些其實的都很少，大部份是樂手演出的費用。(B2-I4-Q2)」

受訪者 C2：「我沒有想那麼多，就大概，對阿因為我們是小公司所以我們不會，想做 CD 就會花很多錢就拿很多錢去阿，就會補強補貼甚麼，可是我覺得重要一點就是對音樂家要對老師很公平，我覺得時報時做很重要 (C2-I4-Q2)」

由三個研究個案發現，財務開支面向多以專輯製作、演出費用居多，其次應該是人事費用以及行銷費用上。

4.4.3 貴團體與政府單位的補助申請合作方式?

與政府單位關係建立於補助申請，如文化部、臺北市政府文化局和國家文化藝術基金會等，申請不易也是問題之一。

國家文化藝術基金會補助項目分為「常態補助」和「專案補助」，常態補助類別：補助類別包括：文學、美術、音樂、舞蹈、戲劇、文化資產、視聽媒體藝術、藝文環境與發展。既有之補助項目有：創作；演出、展覽、映演；研習進修；調查與研究、研討會；國際文化交流；出版；藝術評論（美術類）；藝文推廣服務計畫。一年二期的補助申請業務，於每年 1 月及 6 月開放申請

表 4.8 表演團體補助申請項目表

A		
國家文化藝術基金會「常態補助」		
核定年度	補助項目	計畫名稱
99-1	演出	旋轉~年製作音樂會
100-1	研習進修	「台灣傳統音樂再生計畫-歌仔戲傳統曲調與即興音樂之融合創新」
100-1	出版, 出版	音樂專輯「旋轉」出版計畫
100-1	演出, 演出	遊文戲字~絲竹空 2011 年度音樂會
臺北市府文化局藝文補助申請案「原住民類」補助結果		
101-2	藝文活動	「手牽手的力量—絲竹空和以莉高露的原民狂想」音樂會演出計劃
臺北市府文化局藝文補助申請案「音樂類」補助結果		
99-2	演出	旋轉~年製作音樂會
100-1	演出	遊文戲字~絲竹空年度音樂會
100-2	研習進修	台灣傳統音樂再生計畫-歌仔戲傳統曲調與即興音樂之融合創新」
文化部 參與國際流行音樂活動及赴海外研習補助案		
99-1	應邀於海外	2010 立陶宛維爾紐斯爵士音樂節

	國際流行音樂節活動或其他國際流行音樂活動中表演	
101-1	應邀於海外國際流行音樂節活動或其他國際流行音樂活動中表演	絲竹空爵士樂團赴加拿大音樂週邀演計畫
文化部 流行音樂海外行銷暨跨國合作補助案		
102-1	應邀海外表演	絲竹空赴愛丁堡及南京國際音樂節演出計畫
B		
文化部 參與國際流行音樂活動及赴海外研習補助案		
99-2	應邀於海外國際流行音樂節活動或其他國際流行音樂活動中表演	日本大阪神戶巡回以及德島爵士節演出
C		
文化部 參與國際流行音樂活動及赴海外研習補助案		
核定年度	補助項目	計畫名稱
101-2	應邀於海外國際流行音樂節活動或	韓國南京上海爵士音樂節巡演

	其他國際流行音樂活動中表演	
--	---------------	--

資料來源：國家文化藝術基金會、臺北市政府文化局及文化部網站 研究者匯整

文化部：（一）推動演藝團隊分級獎助計畫辦理「演藝團隊分級獎助計畫」，本計畫分為三級（卓越計畫、發展計畫、育成計畫），國內表演藝術團隊依據自身的規模及發展階段，申請不同的獎助計畫。新聞局部份業務併入文化部影視及流行音樂產業局。

A 團則連續三年獲得政府育成計畫補助（99、100、101 年度）。

受訪者 A1：「像年度的話就是文化部的分級獎助的補助，就簡稱扶植團隊，對那個是年度的補助，那其實它是專案的補助，專案的補助我們比較長申請就是有台北市文化局還有國藝會，也就是它定期的，通常他們都是一年有兩期，如果我們有演出或是需要出國的話就會申請，然後另外還有新聞局現在也是併入文化部了，新聞局會有就是樂團出國海外研習或是演出的補助，所以如果說我們有一些國外演出的話，可能最主要就是靠那個補助來支出。（A1-I4-Q3）」

受訪者 B2：「專輯沒有，去日本有 2010 年我們有拿到新聞局的，就是它有補助海外的音樂活動。我們只申請一次專輯製作，那是跟市政府，那沒有通過。（B2-I4-Q3-01）」

受訪者 C2：「就看政府有甚麼就申請什麼，看一些，哪些比較適合我們，那做這個我們到現在申請的就是有，演藝廳的申請阿，表演的部分，然後還有就現在文化部的國外演出大部份就這些吧，創作補助申請都有申請過可是但都沒有過，國藝會申請過也是沒有過，就是看那些適合我們就會去申請。（C2-I4-Q3）」

受訪者 B2：「我覺得那不是問題阿，因為全部都是古典的阿，那個就是代表他們的，評審委員也是古典的，就代表他那個機制有問題，我已經打電話去 complain 過了。因為他大部份是找大學教授，對阿他就問我有沒有推薦爵士方面的老師（B2-I4-Q3-02）」

有不少表演團體曾經反應過補助申請不容易，C 團表示有適合的就會去申請，B 團則是有申請，但是有通過的不多。海外演出的補助三個，個案團體都曾經申請並獲得補助，另外有沒有申請到政府補助，並不會影響創作品質，但新的音樂形式是否無法讓評審委員認同或許是問題之一。

4.4.4 貴團體與民間企業贊助的合作模式

依訪談中，瞭解到與民間企業合作，如商業演出、邀演及贊助等模式，以 A 團最多，與基金會互動活動與合作，有委託創作合作案。受訪者 A1：「廣藝基金會，那時候他們有一個委託創作的甄選所以我們就去提了一個案子去年就作甄選嘛當作今年的計劃這樣子。所以它就是再委託創作，提供我們音樂創作的費用它那個是委託創作可能已經不算是贊助了對應該算是個合作案吧，然後另外就是它也邀請我們就是那個演出就是手牽手的力量在廣藝廳做一場演出，它也提供在那裡演出的製作費。（A1-I4-Q4-01）」

B 團則與藝術行銷公司合作，

受訪者 B3：「但是我們目前有跟一個公司算是合作，那他們就是在幫我們寫一些企劃案投到政府表演的機構去，做企業贊助，但是還沒看到結果。公司是亞斯音樂藝術 ARS MUSIC 然後他也是一個算是接表演的公司。（B3-I4-Q4）」

在贊助方面，受訪者 A1：「（法藍瓷）對阿它之前有一次是就我們在大安森林公園那個森巴遊樂園就有一個演出的贊助，那就是贊助它們掛 logo，然後還有一次是去雅加達有一個出國的行程他們。（A1-I4-Q4-02）」統一企業有贊助過我們旋轉 2010 年，那一年他們就是直接買了一百張票，還有專輯，（星巴克的贊助）提供我們飲料（在紅樓的時候）。（A1-I4-Q4-03）」

受訪者 B3：「那以民間企業贊助的話就是親朋好友，親戚贊助。」

C 團的合作是與弱勢團體合作，透過合作的方式將畫做成資料夾等方式互相推廣藝術。受訪者 C2：「目前還沒有民間贊助，唯一贊助可能就是那個我跟你講，就是那個自閉兒的那個畫，可是那個算是有點像合作，大家互相幫忙（C2-I4-Q4）」

4.5 創新音樂模式

4.5.1 創新演出型態的成員如何組成?

如何融合不同樂種的音樂，再以爵士樂的方式演出，使聽眾有共同參與感。依訪談內容，成員的組成比較多的是某一合作關係後，漸漸的組合而成，並且累積作品數量。

A 團從原本的二重奏，並且累積作品做整場音樂會的演出，漸漸的形成四至五人團體，因音樂專輯錄製會有一些樂手客串演出，因而增加樂手，形成六人的組合，近年兩年也開始與不同的樂手合作。

受訪者 A1：「這個也是就是漸漸組合起來的，對啊！就是一開始的時候是我和一個彈柳琴的朋友，那她為了要做柳琴獨奏會所以她找我，對就陳怡蓓所以我們，就先作了二重奏的作品，那因為她連著三年都要做她獨奏會的演出，所以我幫她編了三年，我發現說我們可以漸漸可以累積音樂會的，一整場的作品那最後來就，就在找吳政君，因為我之前就跟他認識，然後我們一起再變形蟲爵士樂團，對所以我就找他一起搭，然後，後來藤井俊充，我也是就做爵士樂認識的我覺得他對這個有興趣，所以後來他就有加入，所以一開始大概就我們四個，那第一張專輯的時候還有一些其他的樂手就算是客串演出那後來之後呢~我們又找了笛子進來，那陳怡蓓因為她在南藝大教書，後來她搬去高雄了，比較難跟我們固定的演出和排練，所以我們就再找現在陳芷翎彈中阮、彈柳琴，所以他們兩個大概都在 2007 年來的，然後那一年底就是馬丁，吳馬丁比利時的 bass 手，我們剛好少 bass 手就邀請他進來。所以我們大概就是這樣六個人的組合就走了好幾年，然後這兩年就開始再找不同的樂手合作。（A1-I5-Q1）」

受訪者 B1 表是不喜歡太完整的樂器，如鋼琴音域就非常廣，而受訪者 C1 則是很少用爵士鼓，不想太爵士卻有爵士的風格。

B 團由一開始的三重奏到加入二胡的使音樂風格又更加多元，有古典、藍調、爵士再跨逐國樂圈。

受訪者 B1：「我個人是在這個樂團裡面是我很喜歡做的事情是，我比較不太喜歡就是太完整的樂器，比如說鋼琴，因為他的音域非常廣，它可以同時彈

bass，或者是說爵士鼓，有很多的音色在，因為我們譬如說像吉他，它就是沒有辦法邊彈旋律邊彈和絃對，然後大提琴也是它也沒有辦法談和絃它也是這一個線條的樂器，那口琴也是它只是一個旋律的樂器，我就是很喜歡這種樂器，但是我不想要限制住說吉他一定要伴奏或是大提琴只有 bass 這個角色口琴只有這個旋律，我喜歡就是這樣有些三個人的角色就是這樣換來換去的，這個是我們的編曲比較有特色的部分。二胡加入是因為木吉他是代表比較藍調的東西然後大提琴是古典的，我的口琴是比較偏爵士，當時我就想說，再跨到國樂團因該是很有趣這樣子。（B1-I5-Q1-01）」

C 團組成比較特別些，團長 Bass 手，來自比利時，而印度鼓鼓手，來自日本在加上台灣的小提琴手，組成三重奏，音樂風格就有民族音樂、民族歌曲，世界音樂等，漸漸增加至四人團體。

受訪者 C1：「本來因為認識印度鼓手，Wakaike 塔布拉，就是一個比較不常見的樂器，然後也認識張宜蓁是以前的小提琴，小提琴因為我做爵士也比較不常跟小提琴合作所以決的會滿有趣的，這個三重奏這個編制，而且兩個人的音樂背景也不一樣，先是我們這三位再一起，然後就找一些民族音樂，民族歌曲，然後那個世界軌跡的名子已經出來，因為最原來是很民族的東西。（C1-I5-Q1）」



圖 4.6 絲竹空爵士樂團《一次性的·美好》音樂會
資料來源：江千慧拍攝 日期：2013/1/6 地點：河岸留言（西門紅樓）

本研究對像團體，樂手與樂團之間有時也會彼此相互支援，特別的是 B、C 兩團的團長，曾經是 A 團的團員，但三團的風格卻是截然不同的。

4.5.2 創新演出的創作手法?

A 團創作手法，樂器上是以中西樂器兩種不同類型的音樂做結合，而音樂內容上是一種想法透過不同的樂種做創作，可以有京劇、歌仔戲、客語、阿美族歌聲與北管吟唱等。

受訪者 A1：「做久了就有定位，因為可能對大部分聽眾最直接感受喔!有國樂器然後又有爵士鼓、有西樂器大概就是對啊!結合兩種不同類型的音樂，那確實也是表面上就是樂器 然後我們音樂內容就是也是這樣子那其中音樂的一些精神或是一種想法也確實是這樣子所以好像也不用定位就大家聽聽看看就大概瞭解了 (A1-I5-Q2-01) 」

B 團，樂譜以和弦方式呈現，演出時對於旋律樂器，二胡樂手是比較困難的就有如受訪者 B1 所說喜歡使樂器出現不同聲響，他們平常不會做的事。而創新手法，因為編曲，會由不同曲風的曲子來演奏，將樂曲作變化，音樂風格也跨逐客家、地方民歌、節慶歌曲，將古典編成組曲或是改成爵士版本等方式。



圖 4.7 午後之樹爵士樂團〈聖誕前夜祭〉

資料來源：江千慧拍攝 日期：2012/12/21 地點：A House

受訪者 B1：「有時候我就是會很喜歡叫二胡拉得很不像二胡，口琴不像口琴，吉他也是，大提琴也是，好像就是我就是很喜歡做他們平常不做的事情。(B1-I5-Q2-01) 」

受訪者 B3：「創新演出的創作手法可能就是我們會編，會找找不同的曲風的曲子來演奏，我們曾經編過 Beatles 的類似曲，算是組曲，古典樂的曲子阿

我們曾經改變過巴哈小步舞曲，把它變成爵士版，然後還蕭邦的小夜曲阿然後或是兒歌阿小星星、童謠、民謠望春風、節慶歌曲及聖誕歌。(B3-I5-Q2-02)

」

C 團，因團長，背景是爵士與民族音樂，會以和弦，在加入印度音樂。他不太會靠樂譜，靠錄音，用抄的或用聽的。音樂創作手法，風格以世界音樂、民族音樂風格，透過聽不同國家的音樂加上創作而成。

受訪者 C1：「創作都是我在做阿，那元素有很多其實因為我背景是爵士嘛，所以我一定會有在最基本最下面有一個爵士的想法，就是和弦，不過有會加進去很多跟 Wakaike 學的一些印度音樂，就是一個一種習慣，就是我們不太會靠樂譜，然後在來在學爵士的時候也不太靠樂譜，我們都是靠錄音還要聽，然後他們都在幹嘛，都要自己去找要用抄的或是用聽的，不管什麼樂器，所以原來都是爵士，就是我聽很多種音樂，民族音樂，有聽過很多，歐洲、東歐或是中東、阿拉伯、印度、拉丁都有。(C1-I5-Q2)」

依訪談得知，學爵士樂的時候是不太靠樂譜，然而筆者再觀察樂團也有所發現這現象，爵士樂手不太看樂譜特別是外籍團員，或許是樂手所接受的音樂教育有關。

4.5.3 創新演出團隊的多元價值如何界定？

創新團隊容易產生多元價值，且在易變動的大環境下如何增加生存力，A 團透過音樂呈現台灣的是多元文化的地方，價值則是透過融合的演出，可以讓大家重新接觸比較傳統地方音樂及戲曲。B 團，以跨界音樂為主，由民謠改偏，且融入更多地方元素，再透過一點點的族群認同。受訪者 C1 則是曾經透過以五行聲調來編寫創作，用這概念做整場音樂會。

受訪者 A1：「我不知道這樣的回答 0 不 OK，其實你已經說了，就是台灣本來就是個多元文化的地方，那我們透過我們的音樂把它呈現出來，那我覺得如果有甚麼特別的有價值的地方，或許是就是透過我們融合的演出，可以讓大家再重新接觸到比較傳統的大家覺得已經不屬於它的世界的一些音樂譬如說客

家山歌阿或是南北管的戲曲，就大家一般會覺得這跟我的生活是沒有關係的，可是這些東西它都有它，譬如說在這個就台灣有它存在過輝煌的時代或是說其實還是有它一定的美好的部分。（A1-I5-Q3）」

受訪者 B2：「當然作為，我們就是想要跨界，會有不同的風格，會有像之前有民謠的風格，也有爵士，爵士是大部份，這一張迷迭香，大部份是各國民謠改編，基本上我們考慮的也許有一點點族群認同，或是說因為我們也是有試著有創作一些跟客家有關的曲子，也有創作歌仔戲剛剛也有演歌仔戲的旋律，基本上還是考慮音樂比較多當然是希望能夠容納更多的在地元素在裡面。（B2-I5-Q3）」

受訪者 C1：「遊文戲字之前就是有想過中文，已經有想過中文它對我來說，就是有節奏感它有些音色的顆粒…。然後有一些是比較像，還有一些像爵士鼓的 s~拔，我也有寫過一首就是五金行就是聲調來編寫中文，他的聲調來寫，然後就想到用這個概念做整場表演。（C1-I5-Q3-03）」

筆者認為多元價值就是很多元素融合在裡面，然後台灣也接受很多各國的影響或是網路的影響，會有很多元素結合在裡面，會有一些音樂樂種的結合或者是一些音樂和舞蹈的結合或戲劇的演出。

4.5.4 創新團隊領導者的個人特性？

「爵士樂團領導」，知名歷史學者余英時教授所言：「領袖就是最能追隨群眾的人，領導的人不僅要瞭解群團體的需求，提高生活水平，也要促使團體向高、向上，提高生存的意義」。更重要的是樂團的領導者，與其他成員一同面對著觀眾，感受現場的氣氛，調整曲目的內容，即興式的帶動整體現場的情緒，此種兼具高度互動與臨場感之即興之作，往往達到賓主盡歡之境界。（呂鴻德，2001）

受訪者 A2：「適合帶團，吃苦耐勞，前瞻性除了做現再事情之外也要思考樂團未來的走向就是發展，還有我覺的還要領導統籌的能力，因為很多團員其實他們也是各個來自不一樣的領域，那可能他在他的領域範圍可能也是算是都還滿利害的對甚至就是自己本身都個自可能都有再帶一個領一個樂團，對啊!那

如果自己本身都是一個樂團的頭，那如何帶領這些頭，我覺得領導的能力也是滿重要的（A2-I5-Q4）」

受訪者 B3：「畢竟他是一個日本人那我覺得跟然後他又在美國受教育，所以有一些想法他還蠻而且他，我覺得他是個很直接的人，所以他有時候看事情是看很直接的那一面。（B3-I5-Q4-02）」

受訪者 C1：「也許你要知道一個 bass 手，通常爵士樂手，最看不見的音樂家就是 Bass 手，他是最後面，那不常 solo 或是反正一直在為了其他樂手的服務，那我覺得這樣是對的，一個 bass 手應該是這樣子，所以我覺得一個 bass 手那個是已經是這部份的第一個答案嘛？反正就是因為領導者是 bass 手所以他會，會有這個想法，比較少為了別人，或是為了整體音樂，那自己我也是有把這個樂團的狀況來順利練自己的一些新的手法，新的技巧有時候就是在想，民族音樂的影響很大，就是在模仿民族音樂嘛或是，再用一個完全不一樣的想法來彈 bass，然後我覺得這幾年對我音樂有整個，整個馬丁這個音樂家影響滿大的，我進步滿多的。（C1-I5-Q4）」

表 4.9 領導者的個人特性

A	1.有前瞻性 2.領導統籌的能力
B	魅力型領導
C	交換型領導

資料來源：研究者整理繪製

4.5.5 對台灣目前的藝文生態有何看法？

三個受訪團體都一致認為台灣藝文生態有再進步，A 團，投入藝術的人口有再增加，B、C 兩團對音樂面的感覺，以創作團體的角度來看，政府對獨立音樂創作是支持的；台灣是個流行文化變遷快速的地方，必須多聽音樂，訓練耳朵，持續創作的步調。

受訪者 A1：「因為我覺得好像是算是越來越好，我覺得投入藝術的人口應該是再成長那，就是一般的民眾對這些藝術活動的表演，應該說支持，藝術表

演的支持也好像是比以前好一些那，可是就是我覺得還…台灣的創作有的很多奮不顧身投入的表演團體的一些年青人那我想就是這些團隊的發表的管道和他們需要的支持包括政府等等，可能還有待加強，或是說應該說整體的不管是在國內的行銷或者是說，對國外的行銷我覺得或許政府都還需再多補助一點，那因為台灣的文化經費太低了，所以可能有時候，這些文化部門也是心有餘而力不足，另外就是說，就是台灣有很多的活動是免費的不管中央或地方政府都會用辦活動來當然辦活動是好事，那當然也是會變成他們的一種業績的方式，那他們就會常常喜歡辦很多免費的活動，那很多像音樂節或是什麼，也都像台中的爵士音樂或是台北兩廳院它有一些售票或有一些是免費的那可是就事很多的活動都是免費的那或許對一些人就會形成一種，反正看表演就是你只要去就好了，對那…或許這不是一個那麼好的現象，就是它當然我覺得有時候偶爾有一些免費的活動是OK的，可能這個需要在多思考一下，就是說，免費的活動大概辦到怎麼樣的程度然後一些售票的活動要怎麼來辦，可能就是可以搭配像這次劇場藝術節它就是嘗試讓民眾知道說我們可以到一個廳裡面然後花一點門票錢來支持團隊的演出，那其實台灣有很多很精彩的團隊這樣子，我覺得那個意義還蠻好的。(A1-I5-Q5)」

受訪者 B2：「比較熟悉當然就是音樂方面，我覺得還不錯阿台灣相對來講我感覺上對獨立製作樂團還蠻有善的，表演唱地很多，想要表演的也很多，政府也有很多雖然不見的有用啦，但是還是有作一些音樂…，最重要的是觀眾還蠻能接受的。(B2-I5-Q5-01)」

受訪者 C1：「其實台灣好處來，我們是覺得台灣現在是一個再發展改變得地方，改變比較快，像歐洲我覺得比較慢…，在台灣其實人家比較好奇，對爵士最近特好奇所以爵士教育，爵士的表演其實一直會越來越多機會越來越多…就是還滿台灣人就是很好奇，不過問題是真的聽的懂的人還是很少真的知道我們作的音樂或者是音樂的價值，可是還是要聽，常聽很多不一樣的音樂然後少一點聽流行音樂，因為聽流行音樂其實都一樣的，耳朵會懶惰，其實我覺得問題是比較藝文上面的音樂，所以這個這邊覺得還可以在加油，所以也許在歐洲，觀眾我會覺得會比較好一點，不過這個意思不是我們那邊的機會，會比較多也許會比較少，所以我對阿，因該是完全不一樣的一種狀況。可是我看在十年

這邊一定又是完全不一樣，我已經我覺得一定的台灣整個亞洲發展最快的全世界最快。(C1-I5-Q5)」

4.5.6 創新形態的音樂演出團隊如何提升作品的藝術價值?

受訪者 A1 認為提升作品要盡量被聽到，也歡迎年輕人來要譜，且在他們的音樂會上發表。而專輯錄製則是可以提升作品讓更多人聽到，也可以讓國際上的一些樂評人對它有正面的評價。

受訪者 A1：「我覺得一個是它要盡量的被聽到就是，當然不是說我們的東西會變成經典，但是就是說變成經典就是大家承認它的價值嘛對不對，那如果說你作品沒有常被聽到和常被演出的話就不可能有變成經典的一天，因為就算在好的作品它也可能就被忘記了那所以我想我們自己會經常演出我們自己的作品，那當然有時候有一些，年青人就覺得我們的作品很有趣就會來邀譜，然後在他們自己的音樂會上發表，對我覺得這個也會蠻有幫助的，那另外當然我覺得錄製專輯就是讓它可以被保存下來也非常的重要，那另外可能就是如果有一些比較好的演出或是你的專輯的錄製，可以讓國際的一些樂評人能夠對它有正面的評價的話也會蠻好的。(A1-I5-Q6)」

B 團則是認為做自己喜歡的音樂，透過創作演出到教學，從中學習到音樂價值。

受訪者 B1：「我覺得還是音樂就是要，不要太…一些音樂的潮流就是還是就自己音樂理念想法為主做自己的音樂，作專輯。應該也是一樣吧!我覺得就是要自己要多發表、發行自己的作品，就是發表你的一些比較有創意的，不是商業演出就是自己的一個，就是創作的那種音樂會或者是專輯，那你做這些東西，你自己就會有更多的想法那你教學生的時候也會有很多的想法拉，我覺得是這樣子。(B1-I5-Q6-01)」

受訪者 B2：「藝術價值這種東西，你越去想它越沒有。就像 toshi 說的就是做喜歡的東西，做的好然後自然，不斷的把自己喜歡的東西作出來，也許你就挖到自己的..藏在裡面的價值。(B2-I5-Q6-02)」

受訪者 C1 認為提升藝術價值是慢慢的把自己的水準拉高，拒絕商業演出中當卡拉 OK 伴唱機。要清楚的知道自己要去哪，每次的音樂、音響及狀況都必須是好的，對提升環境有越來越高的期待。

受訪者 C1：「我們要把自己的水準慢慢的拉高，問我們說要不要卡拉 OK 就拒絕了。這藝術價值是不好印象，所以你要知道你要去哪表演，然後我覺得我們要每一次去表演我們要確定狀況都是 OK 就是好的譬如說音響的部分，然後就已經也盡量，如果有經費的話自己帶一個音控，就是一個可以再現場控制音響是我們的人，我覺得這樣子你，那個你的音樂是比較好一點的音響對觀眾，所以我們其實都是一直想要提升我們的環境因該是這樣說，音樂環境然後也是對自己也是要越來越高的期待。（C1-I5-Q6）」

團隊在意的是如何提升藝術價值，而並非金錢，但沒有錢怎麼創作與生存。



第五章 結論與建議

5.1 結論

5.1.1 瞭解創新音樂表演團體的營運特色

獨立製作特性：不商業化且沒有經紀約，主要音樂模式為非主流音樂，能獨立完成，從樂曲的創作到唱片的發行，屬於小眾市場。

在台灣非流行音樂產業，音樂團隊創作為了不受唱片公司約束，而形成的獨立製作。「獨立音樂」就是能夠「做自己想做的」，做「不一樣」的音樂，這種「獨立性」特質，使獨立廠牌與主流音樂公司相較之下，更能專注於音樂的核心本質，並讓音樂人得以保有就高的自主性（戴昀，2005）。

綜合以上訪談資料，受訪者不約而同的都傾向於「做自己想做的音樂」，這也是獨立音樂的特質。

以獨立製作團隊來說，創作到演出甚至是發行專輯一切都是一手包辦的方式，全靠團隊自己來加上中介化，無論是尋找演出場地、找通路發行專輯，專輯的包裝設計，如何行銷包裝團隊等，在加上將音樂數位化，不只有實體通路可以購買甚至是在網路發行，再來市場的接收度，觀眾如何知道表演團體訊息，以及演出後的想法，現在最普及的方法是透過網路（社群網站）和問卷的回收。

在全世界有不少新樂團快速崛起的情況下，樂團的知名度是必須保持，行銷與公關將樂團商品化、將樂手明星化或許是必須的，沒有錢就沒辦法撐下去必須透過不斷的演出、募款且尋找潛在的贊助者，管理者必須找出團隊特色並分析與其他樂團的差異性，將有助於穩固樂團的中長程發展與競爭優勢。將樂團推向國際舞台是提升知名度方法之一。

表 5.1 獨立製作樂團 SWOT 分析

優勢	劣勢
<ul style="list-style-type: none"> ●有固定的練習場地 ●擁有獨特性的風格 ●擁有專業演出人才 ●擁有固定欣賞者 ●品牌形象 ●做自己想做的音樂，自由分享 	<ul style="list-style-type: none"> ●行政人員不足 ●申請補助不易 ●小眾市場，社會認同與支持度低
機會	威脅
<ul style="list-style-type: none"> ●透過商業演出、校園演出與社區活動，推廣藝文活動 ●參與國內外藝術節演出，提升之名度與競爭優勢 ●以年度展演創造主題性，吸引觀眾族群 	<ul style="list-style-type: none"> ●經費自籌 ●國外團體來台演出，票房受到影響 ●表演團體逐年增加，市場受到瓜分 ●公部門補助金費有限

資料來源：研究者繪製

5.1.2 分析樂團個案的產品行銷策略

行銷是必須花在刀口上的，不是登報或是花大錢做電視、行銷廣告等等，必須針對族群、地區，就以台灣來說北部的行銷宣傳，可以在網路上或是廣告及上節目以及兩廳院的月刊在捷運站都可以方便取得，而中南部卻比較趨向電台廣播等方式，甚至是用宣傳車的方式效果最佳。

中小型音樂表演團體目前最佳的行銷方式就是讓樂團演出影片、音樂以多曝光的方式（如：將影片上傳至you tube、將音樂放至國外網站Indie vox等），再用以facebook粉絲團，來當作資訊平台，官方網站則逐漸變成次要資訊平台，樂團還是透過口耳相傳的方式使知名度提升，以及多參加國外藝術節活動，大多較知名團體往往是受到國際認同後再次紅回台灣（如：雲門舞集、優人神鼓等團體）。中小型音樂表演團體則以透過唱片製作後報名金曲獎，透過入圍或是得獎大大的提升知名度。不過組織仰賴的還是售票的營收，不論是影片的錄製及上傳至網路、粉絲團的經營、專輯的製作都是在行銷樂團特色最佳的方式。藝術行銷其主要目的是吸引觀眾，使觀眾從單場購票→套票→長期贊助（忠實粉絲）。

5.1.3 創新表演藝術團體的藝術市場開發

隨著表演團體不斷的增加的趨勢中，可觀察出還是有不少團體看好台灣的藝術市場，而創新型態的音樂表演團體又屬於小眾市場情況下，觀賞者大多階為相關領域之學生與親友，對於民眾的參與度唯有透過宣傳，使藝術欣賞者普級，可透過校園巡演、企業活動以及與政府單位合作，觀看藝術演出，可以是一次性觀賞或是累計吸收更多藝文知識，欣賞藝術需要透過學習與培養，轉換成興趣喜好及習慣，表演藝術是一次性的無法重來的是用盡生命來演出。藝術欣賞不是生活必需品但是不可缺少的娛樂休閒活動。

藝術工作者並沒有穩定的工作薪資，往往接下一場演出後，就不知道是否還有下一場，但是好的藝術演出是藝術工作者透過不斷學習與練習，所呈現的然而煙火短暫卻綻放夜空，一次性的價位是相當高。

5.1.4 瞭解樂團的財務策略狀況

表演藝術團體主要收入來源有三加一，第一個是表演團體演年度演出製作的票房收入及附加產品（如：專輯、節目單），相關商品（如：資料夾、筆記本、衣服等）。其次是申請政府相關藝文補助以及承接政府標案等，最後則是最主要的收入來源商業演出，透過與企業的合作提升之名度與財務收入。再來是透過其它業務來增加團隊收入，練習場地提供教學或講座等方式。然而支出的部份在專輯製作與年度大型演出時花費較多，其次是人事費用最後則是附加商品的開發費用。樂團做到收支平衡，不虧損，才能永續經營。

政府的補助政策申請困難，如有能力的藝文團體也不需要申請補助，可以轉向企業贊助，藝文團體向企業，遞企劃書，爭取演出製作經費，但前提是必須有能力請行政人員。

對於藝文消費南北不平衡有待開發，以前的藝術推廣由政府，導致很多藝文活動是免費觀看，現在提倡的是藝術消費，進劇場、音樂廳任何展演場所，都需要買門票入場。

透過以上訪談資料及所觀察到的表演團體是屬於合辦或協辦的方式與企業

合作，多則是由表演團體和機構主導活動，但企業提供部分經費及人力，有參與部分意見，並於活動中掛名。商演為主辦：企業不僅投入金錢及人力，並可主導表演團體的規劃和執行。

5.1.5 樂團的創新音樂演出模式

台灣音樂表演團體逐年增加（團數），代表的是經濟能力許可，家人支持或是透過組團來增加，自己的風格特色，還是說因為五月天以及地下樂團的興起。

然而音樂樂團創新演出模式結合了，爵士樂、國樂、民族音樂、世界音樂等多元風格，在演出內容的素材及舞台呈現結合爵士樂、民族音樂元素加以創作，出現新的原創音樂，卻也同時保留部分傳統音樂元素。演出內容及舞台的呈現出新的原創音樂，然而即興元素主要出現在舞台上演出與觀眾或是歌手與樂手的互動關係。

5.2 建議

5.2.1 行政人才的培養

藝術行政是否需要存在於中小型音樂表演團體，藝術經紀的存在對表演團體的幫助，訪問中談到，藝術行銷公司對於大型活動或是演出，可能會有很大的幫助，但是內部活動呢？小型的表演團體可能只有四至五人，在人力分配上常常會呈現一人要做很多工作。

藝術行政專業人才培養，如何讓每個團隊都擁有行政人才，藝術行銷公司的成立使團隊可以共用專業行銷人才，可以減少人、物力的使用，專心創作與提升藝術價值。然而藝術行政的基本專長，是具有行銷企劃能力、影片剪輯、會使用繪圖軟體以及必須會經營社群網站，更重要的是溝通能力與接洽。小團體如無行政會出現一人多角，但是又沒有多餘的錢請行政人員，雖然有行政和無行政人員都還是會面臨補助申請困難。如共用行政人才可增加申請補助機會及留住行政人才，而公部門可以提供行政人才培訓計畫。

5.2.2 對音樂表演團體的建議

品牌形象的重要性如何永續經營，將樂手偶像化，透過粉絲可以帶來更多觀眾，提升觀眾對音樂的世界觀，讓音樂不侷限於中、西樂兩種。在台灣音樂教育中，缺乏音樂創作訓練，專業音樂教育多以演奏為主，對於作曲較少有涉獵。

微型創業可以是複合式多元業務項目，創業能夠身兼多職，透過多功能的營運能力，將練習場地、飲食、教學、時段制場地租借等方式經營模式。在複合式多元化的想法中最怕遇到問題就是定位不清。

5.2.3 公部門的政策對表演團體的影響

公部門的補助如果表演團隊或是演藝人員以有相當知名度後是否還需要政府的補助。政府對藝文團隊的補助應該提出完善的配套措施，不要只是著重在於著名的一些大型的團體申請的部分，那一些地方的小型或是一些興新的表演希望也能夠給與適當的補助申請模式的贊助。

表演團體與政府的關係或許會偏向申請公部門的補助與演出，中小型或是創新樂團申請的到補助嗎?政府再聘請，申請審核委員方面，應該考慮跨學界方面或是有實務操作學者。考慮到跨領域或創新的一些團體，選擇一些比較能夠理解這些團體的委員。

政府對表演藝術團隊的審核以及政策有些許的問題，不會因為表演受歡迎或是節目特別，而申請到補助，表演團體是否必須從國外紅回台灣才會被注意，政府及藝文產業應該建立系統化的發展方案，必須清楚的瞭解目前產業動向，補助團隊是否真的需要被補助。行銷和人才的訓練需在多多加強以及擴張政策架構與規劃的能力。

公部門在補助款項的分配上面，表演性藝文團體跟娛樂流行產業的金額的分配上面需再做切割和劃分，否則好像近幾年來，在流行產業的部份似乎有刮分到傳統的藝術團體資源分配。但常常會看到的是大型的表演團體或是有較好的行政團隊，申請到的補助較多，對於藝術家是否缺少行銷自己和包裝以及寫

企劃的能力。

然而每一場演出都在花錢，但由於票房的收入不穩定，如何做好行銷與全台推廣看演出付費，是必需養成的且漸漸成穩定趨勢，但一些地區還是會因為政治人物藉由藝文活動作政績始得看免費是必須的。藝術的高雅及政治介入。政府是否能夠透過一些政策的制訂鼓勵民眾消費，譬如藝文稅，參觀藝文演出可以抵稅，建議可以從這個面向，可以增加民眾票房消費的意願。

表演場所缺乏，未能普及至各鄉鎮都有小型的表演廳，演出機會少，是否會對於表演藝術者的發展受限，因而轉行。地方型的小型表演場域的發展或補助，讓在地方的一些中小型表演團體能夠有機會就近可以營造適合他們的演出空間也可以增加在地的就業機會，然而在經由長期的進駐演出，使場地有人潮也不會造成，外縣市表演團體因場地缺乏而減少至外縣市演出推廣的機會。

5.3 後續研究建議

5.3.1 探討公部門藝術行政人才培訓計畫

本研究以創新音樂表演團體經營策略為基礎，以獨立製作樂團進行深度訪談研究。建議未來研究學者若有更多資源，可以進行藝術行政人才相關研究，樂團是否會因為缺少行政人員而因此解散，藝術行政人員異動性高，因為藝術行政需要做的事很多，薪水卻很少。藝術行政人才培訓計畫是否能保證藝術行政人才有穩固薪資。

5.3.2 探討藝術行銷策略

音樂表演團體對行銷策略上，藝術家並不會在意如何有效的行銷，只完全投入創作與演出中，建議後續研究學者可以延續共用行政、行銷人才的議題，以不同類型的表演藝術團體進行研究，比較其中差異性。

參考文獻

一、中文參考書目：

威廉.伯恩斯 (William J. Byrnes) 著，桂雅文、閻蕙群譯 (2004)，藝術管理這一行，臺北市：五觀藝術管理出版。

周洪雷 (2004)，音樂市場營銷及案例分析，上海：上海音樂學院出版社。

夏學理等 (2005)，文化機構與藝術組織，臺北市：五南圖書出版。

張慧真 (2004)，交響樂團的經營與管理:職業交響樂團的專業營運 國家音樂廳交響樂團個案研究，台北市：麥田出版。

黃金鳳 (2004)，表演藝術:啟動創意新商業，台北市：典藏藝術家庭。

楊大經 (2003)，音樂和表演藝術管理，上海：上海音樂學院出版社。

溫慧玟、表演藝術聯盟 (2003)，藝文贊助 Q&A，台北市：表演藝術協會。

溫慧玟 (2007)，表演藝術產業調查研究，臺北市：行政院文化建設委員會。

溫慧玟 (2010)，經營加持·藝術加值—演藝團體經營手冊，台北市：中華民國表演藝術協會。

樓永堅 (2005)，藝術產業行銷個案集，臺北市：智勝文化出版。

陳秉璋、陳信木 (2003)，藝術社會學，台北市：巨流圖書有限公司。

鄧佩瑜 (1997)，表演藝術團體的經營與管理，載於鄧為丞 (主編)，藝術管理 25 講 (37-41)，台北市：文建會。

二、期刊、雜誌：

宋英維 (2011)，古典跨界音樂之重思，音樂研究 15 期：25-49。

吳佳珍 (2003)，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，中華傳播學會 2003 年會論文，台灣：新竹。

林政逸 (2011)，音樂經濟轉型與臺北音樂產業之創業精神，地理學報，第 63 期：65-88。

- 林亭汝、謝光偉、游雅雯（2007），以品牌權益觀點探討 B2B 品牌經營之關鍵成功要素，亞太經濟管理評論，第 11 卷，第 1 期：87-117。
- 林幗貞（2010），臺灣傳統音樂素材在當代音樂創作中之 [形變] 與 [質變]。臺灣音樂研究，第 10 期：107-131。
- 施韻茹（2004），華文音樂中心是幻想還是理想？論台灣流行音樂產業的競爭優勢，傳播與管理研究，第 4 卷，第 1 期：113-138。
- 黃毓棠（2007），台灣現代劇團-「屏風表演班」經營管理之組織架構與行銷研究，現代經營管理研討會論文集：53-72。
- 黃致穎（2010），數位趨勢下流行音樂產業之現況與展望，臺灣經濟研究月刊，第 33 卷，第 8 期：37-45。
- 黃致穎（2009），探究我國音樂產業價值鏈，臺灣經濟研究月刊，第 32 卷，第 7 期：112-120。
- 楊燕枝、吳思華（2005），文化創意產業的價值創造形塑之初探，行銷評論，第 2 卷，第 3 期：313-33。
- 楊宜桂、梁朝雲（2007），台灣非流行音樂產業行銷管理之創新策略，廣告學研究，第 28 集：1-28。
- 莊立民、謝煒頻、蔡振仲（2008），以 Amabile 組織創新模式探討文化創意產業創新歷程，文化事業與管理研究，第 1 期：57-85。
- 廖珮妤（2010），二胡協奏曲《西秦王爺》之分析探討，藝術論文集刊 14 期。
- 葉英斌、葛正雲（2004），點對點音樂網站消費者行為與經營模式分析，育達學院學報，第 8 期：171-198。

三、學位論文：

- 吳敏菁（2005），國內表演藝術團體運用於網路行銷績效之研究，南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文。
- 吳宣穎（2010），表演藝術團體行銷研究-以三個中小型現代劇團為例，國立台灣師範大學社會學系碩士論文。

林鴻君（2007），音樂劇團之經營與發展—以 [大風劇團] 為例，南華大學美學與藝術管理研究所碩士論文

黃貞禎（2006），台灣福音劇團經營管理之研究，國立中山大學藝術管理研究所碩士論文。

曾雅瑜（2011），台灣現代劇團文化創意端與行政管理端之間的磨合一以 [相聲瓦舍] 為例，國立政治大學商管專業學院碩士學位學程碩士論文。

馮意倩（2007），表演藝術行銷平台專案研究—以台中市為例，國立中山大學藝術管理研究所碩士論文。

楊芝霞（2003），創新團隊創造過程研究—以表演藝術劇團為例，國立政治大學科技管理研究所碩士論文。

趙彥婷（2011），融合本在我心—阮黎與絲竹空的世界融合爵士樂，臺灣大學音樂學研究所碩士論文。

劉姿伶（2011），音樂類表演藝術團體行銷策略之多個案比較研究，嘉義縣：南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文。

陳若蘭（2010），台灣表演藝術團體以非營利組織型態經營其發展進程之研究—以現代舞團雲門舞集為例，政治大學經營管理碩士學位論文。

陳啟昕（2007），台灣表演藝術產業通路策略研究—以音樂類表演藝術為例，成功大學藝術研究所學位論文。

陳建章（2006）非流行唱片產業的機會分析—金革唱片公司的預演規劃，臺灣大學商學研究所學位論文。

謝旻儒（2010），台灣文化創意產業網站內容分析—以表藝術團體為例，南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文。

四、其它：

林宏璋（2003），界線內外：跨領域藝術在台灣_跨領域藝術在台灣_完整研究報告，財團法人國家文化藝術基金會委託研究計畫案。

韓秀萍、黃文靜、陳以萱等（2013），陣頭的管理與創新—以九天為例，嶺東科技大學觀光與休閒事業管理系，專題個案研究報告。

五、英文參考文獻：

- Afuah, A. (1998) *Innovation management: strategies, implementation and profits*. New York: Oxford University Press.
- Bass, F.M. 1993. "The Future of Research in Marketing: Marketing Science." *Journal of Marketing Research*, Vol. 30.
- Betz, F. (1998) *Strategic Technology Management*. New York: McGraw Hill.
- Colbert, F., J. Nantel, S. Bilodeau and J.D. Rich. 2001. *Marketing Culture and the Arts*, 2nd ed. Montreal: Presses HEC (1st ed. 1994).
- Colbert, F. (2003) . Entrepreneurship and leadership in marketing the arts. *International Journal of Arts Management*, 30-39.
- Hunt, S.D. 1991. *Modern Marketing Theory: Critical Issues in the Philosophy of Marketing Science*. Cincinnati: South Western Publishing.
- Malhotra, N.K. (1993) *Marketing Research*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Preece, S. B. (2011) . Performing arts entrepreneurship: Toward a research agenda. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 41(2), 103-120.
- Souder, W. E. & Shrivastava, P. (1987) . The strategic management of technological innovations: a review and a model. *The Journal of management Studies*, 24, 25-41

附錄一：訪談逐字稿

訪談對象編號 A1、A2

訪談日期與時間：101 年 11 月 29 下午 15:00-16:20

訪談地點：絲竹空爵士樂團

訪問方式：開放式訪談錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
(一) 經營面	
<p>(1) 成立宗旨</p> <p><u>A1 為什麼選這個名字(絲竹空)，反正就是看到絲竹就會想到國樂嗎?然後為什麼叫絲竹空爵士樂團然後當然這個名字其實如果不是學中醫的人會覺得很奇怪，可是因為就這個名字本身又有很多層的意思，三個字分開來看就各自有他的意思 然後絲竹又是音樂，絲竹空又是穴道 所以就覺得還不錯嗎?然後因為穴道就是有療效，所以也會希望說我們的音樂可能也可以帶給大家一些好的感覺。</u></p>	<p>(絲竹空)，反正就是看到絲竹就會想到國樂嗎?可是因為就這個名字本身又有很多層的意思，三個字分開來看就各自有他的意思 然後絲竹又是音樂，絲竹空又是穴道 所以就覺得還不錯嗎?然後因為穴道就是有療效，所以也會希望說我們的音樂可能也可以帶給大家一些好的感覺。</p> <p>(A1-I1-Q1)</p>
<p>(2) 經營特色與經營理念為何?</p> <p><u>A1 就樂團的特色來說可能是就是作比較是國樂跟爵士樂跨界樂團的東西那這可能是比較少見的東西巴，可是大家會有一些這樣的常識有一些其他樂團，但是就國樂要跨界，這件事情也很多人來做但是我們主要是以爵士樂來跟國樂的東西來融合再一起，然後會強調即興演奏還有團員之間的互動，所以就不完全是照著譜來演出。</u></p>	<p>就樂團的特色來說可能就是就是作比較是國樂跟爵士樂跨界樂團的東西那這可能是比較少見的東西巴，但是就國樂要跨界，這件事情也很多人來做但是我們主要是以爵士樂來跟國樂的東西來融合再一起，然後會強調即興演奏還有團員之間的互動，所以就不完全是照著譜來演出。</p> <p>(A1-I1-Q2)</p>
<p>(3) 是否先進行內外部的環境分析?</p> <p><u>A2 至少會去了解期他樂團的他們的活動阿然後他們目前的狀況但是怎樣做宣傳會去了解，但是還沒做到分析這塊。</u></p> <p>會作問卷，就我們演出會做問卷聽眾對我們演出，知道聽眾對我們演出的反應怎麼樣，反正</p>	<p>至少會去了解期他樂團的他們的活動阿然後他們目前的狀況但是怎樣做宣傳會去了解，但是還沒做到分析這塊。(A2-I1-Q3-01)</p>

<p><u>沒有到說真的很，沒有辦法像企業作一些統計數字上這麼詳細的分析，不過當然我們一定要瞭解這個環境或是聽眾能不能接受我們這類的。</u></p>	<p>就我們演出會做問卷聽眾對我們演出，知道聽眾對我們演出的反應怎麼樣，反正沒有到說真的很，沒有辦法像企業作一些統計數字上這麼詳細的分析，不過當然我們一定要瞭解這個環境或是聽眾能不能接受我們這類的。（A1-I1-Q3-01）</p>
<p>(4) 組織結構（行政、藝術、技術人員） A2 <u>藝術總監再下來是行政，其實藝術總監在下面團員，團員老師，那其實藝術總監旁邊在畫下來旁邊是行政，目前只有一位行政!但彭老師也會幫忙。</u></p> <p><u>那就是配合活動有時候才會另外再找，但因為有些是合作久了但相對如果是有一些活動上時間可以配合，會找熟悉絲竹空音樂的技術人員。</u></p>	<p>藝術總監在下面團員，團員老師，那其實藝術總監旁邊在畫下來旁邊是行政。（A2-I1-Q4-01） 配合活動有時候才會另外再找，但因為有些是合作久了但相對如果是有一些活動上時間可以配合，會找熟悉絲竹空音樂的技術人員。（A2-I1-Q4-02）</p>
<p>(5) 人力資源管理（人才培養：專職、兼職、義工） A2 培養的話就是現在就是有青年團，還有就是其他的研習課程，譬如說像是即興演奏，鋼琴伴奏不定期的開爵士鼓類似的，或其他的樂器管樂部份的即興的研習營，對。講座是比較吸引一般大眾。</p> <p><u>義工的話基本上就是還是都由粉絲來找，然後有我自己的話就是 2010 到今年到 2012，我覺得就是從這中間會有幾個就是（熱血青年）然後對服務然後對絲竹空音樂都很喜歡相對就會有就幾個是固定的就是他們只要時間 OK 話他們都非常幫忙。</u></p> <p>大部分都是在演出有大的活動的時候需要有人協助，那他們就會來幫忙。</p>	<p>義工的話基本上就是還是都由粉絲來找，我覺得就是從這中間會有幾個就是（熱血青年）然後對服務然後對絲竹空音樂都很喜歡相對就會有就幾個是固定的就是他們只要時間 OK 話他們都非常幫忙。（A2-I1-Q5）</p>
<p>(二) 行銷策略</p>	
<p>(1) 製作與演出流程安排的基本理念為何?</p>	<p>譬如說我們結合台灣的文</p>

<p>A1 就我們還希望結合台灣的基本這個理念還是跟前面的經營理念特色是一樣拉，<u>譬如說我們結合台灣的文化還有音樂的元素，然後跟現在大家可能會接觸到的一些西方音樂，還有當然我們自己，像我自己的專業是爵士樂，那我自己很喜歡，那團員也是很有興趣。</u></p> <p>所以我們就是每次年度公演會找不同的台灣的一些音樂元素來做發揮。</p> <p><u>演出流程的安排阿就是要看起來好看因為我們有了那個一個概念然後讓我們在創作上也會去做一個它的風格的調整就有一些特別適合開場或是結束的或者說它大概曲子的數度然後音樂的感覺哀傷或是快樂什麼這些大概都會做一些平衡然後再把它搭配起來演出的流程是流暢的。</u></p>	<p>化還有音樂的元素，然後跟現在大家可能會接觸到的一些西方音樂，還有當然我們自己。（A1-I2-Q1-01）</p> <p>演出流程的安排阿就是要看起來好看因為我們有了那個一個概念然後讓我們在創作上也會去做一個它的風格的調整就有一些特別適合開場或是結束的或者說它大概曲子的數度然後音樂的感覺哀傷或是快樂什麼這些大概都會做一些平衡然後再把它搭配起來演出的流程是流暢的。（A1-I2-Q1-02）</p>
<p>(2) 貴團體是否提供周邊商品，例如：影音出版品，以滿足觀眾需求？</p> <p><u>A1 有我們主要是 CD。</u></p>	<p>有我們主要是 CD（A1-I2-Q2）</p>
<p>(3) 此類產品銷售管道如何規劃？</p> <p>A2 <u>除了我們自己也有賣之外那其他的可能就是實體的商店或是線上的商店，像博客來、誠品線上的商店都有賣那國外也有通絡。</u></p> <p>A1 <u>那個銷售的管道其實因為唱片就是說我們要找通路所以像我們前面兩張都是我們自己製作完成，其實三張都自己製作前面兩張是我們製作到包裝都完成，然後就是，委託唱片公司去作代銷，所以也就他們等於，是說幫我們鋪貨到實體商店或是網路商店這樣或是象數位的平台這樣子。然後第三張就是找到 Sony 我們算是跟他那個叫做（License）我不知道那個中文叫什麼，意思就是說我們是雙方一起合作然後共同來出版這個產品（就是這個專輯），然後他們會負責一些宣傳在然後在他們的通路在和他們的行銷管道上去幫忙銷售這樣子，那當然我們自己這裡也可以賣，前面兩張的話我們也有給國外的網站是給 c c b</u></p>	<p>除了我們自己也有賣之外那其他的可能就是實體的商店或是線上的商店，像博客來、誠品線上的商店都有賣那國外也有通絡。（A2-I2-Q3-01）</p> <p>那個銷售的管道其實因為唱片就是說我們要找通路所以像我們前面兩張都是我們自己製作完成，其實三張都自己製作前面兩張是我們製作到包裝都完成，然後就是，委託唱片公司去作代銷，所以也就他們等於，是說幫我們鋪貨到實體商店或是網路商店這樣或是象數位的平台這</p>

<p>a b y 他是給就是獨立製作的一些音樂產品可以在網站上賣到全世界，對那。</p> <p><u>第三張的話 sony 就是他是就全球就在亞馬遜上面有作線上的下載。</u></p>	<p>樣子。</p> <p>然後第三張就是找到 Sony 我們算我們是雙方一起合作然後共同來出版這個產品（就是這個專輯），然後他們會負責一些宣傳在然後在他們的通路在和他們的行銷管道上去幫忙銷售這樣子（A1-I2-Q3-02）那當然我們自己這裡也可以賣，前面兩張的話我們也有給國外的網站，就是獨立製作的一些音樂產品可以在網站上賣到全世界第三張的話 sony 就是他是就全球就在亞馬遜上面有作線上的下載。（A1-I2-Q3-03）</p>
<p>（4）貴團體的節目票價訂定考量為何？</p> <p>\$ 400 – 700</p> <p>A1：我們票價怎麼訂</p> <p>A2：<u>其實也是會先參考其他團隊怎麼訂，譬如說：也是會看場地然後在參考一下其他團隊大概會定那一些他的那個範圍，因為也是也不要訂的差太多但也不會說定的就是訂的很低。</u></p> <p>那因為像今年在那個中山堂中山廳比較大的場地，所以就相對於那個票價就會，就會跟之前的訂價就會稍微的有一點不一樣出現稍微高的價位但是，中間中低價位就還是會站比較多的座位數，有時候也會考量到場地的因素上的。</p> <p>M：咖啡廳</p> <p>A1：你說跟他們的拆帳怎麼拆阿</p> <p>A2：紅樓跟。。。付場地費，那如果像 Legacy 一般餐廳的話目前我們比較少頂多就是大河岸西門河岸之類的那不然就女巫店。</p> <p>A1：<u>大概 6:4 或三分之二，三分之一這樣子。</u></p>	<p>其實也是會先參考其他團隊怎麼訂，譬如說：也是會看場地然後在參考一下其他團隊大概會定那一些他的那個範圍，因為也是也不要訂的差太多但也不會說定的就是訂的很低。有時候也會考量到場地的因素上的。（A2-I2-Q4-01）</p> <p>大概 6:4 或三分之二，三分之一這樣子（A1-I2-Q4-02）</p>
<p>（5）貴團體是否提供優惠活動?對於整體收入有何影響與效益</p>	<p>第一個，一定都會有早鳥優惠就是，讓大家早點把</p>

<p>A1：年度公演的優惠活動（手牽手）</p> <p>A2:<u>第一個，一定都會有早鳥優惠就是，讓大家早點把時間定下來，然後來賣票，這部份也是有效果，但是另外一部份也是覺的時間還早（也會先買）但是其實還是會有人他會這麼作，然後再來的話 可能就是那個活動 facebook 活動，就是結合 facebook 轉 po 我們那個活動影片對然後再從活動裏面抽出，因為就可能說有個頭獎一名，二獎幾名，然後讓他們就是有機會，就是可以贈送他們門票，然後頭獎可能是，有機會演出前在後台跟老師合照阿簽名阿，活動也有送（CD）那因為大家就是通常有獎，雖然名額很少但就是提高大家關注活動的意願。</u></p>	<p>時間定下來，然後來賣票，這部份也是有效果，但是另外一部份也是覺的時間還早（也會先買）但是其實還是會有人他會這麼作，然後再來的話 可能就是那個活動 facebook 活動，就是結合 facebook 轉 po 我們那個活動影片對然後再從活動裏面抽出。活動也有送（CD）那因為大家就是通常有獎，雖然名額很少但就是提高大家關注活動的意願。</p> <p>（A2-I2-Q5）</p>
<p>（6）貴團體如何安排演出場次與場地?有那些考量的因素?</p> <p>A2:<u>其他演出比較多是邀演，如果是年度音樂會的話，第一個當然是盡量排，就是排先定一個大家老師時間都可以之外，然後就是避開比較大型的活動，譬如之前怕會碰到兩廳院的爵士音樂節，那如果有衝突到的話就會分散票源。檔期差不多就是會考量盡量避開，重要的活動不要跟人家強碰。</u></p> <p><u>場地 像場地都很難選因為其實，但場地現在還是最大的難度是場地費，對!他的費用那目前就是紅樓它就是場租他對於藝術團隊他有特別的優惠，相對他的折扣，就是他，我們附出去的場地費就會比較少一點。</u></p> <p>那像今年就是因為老師想嘗試就是作大型的演出，然後編制也變大，對所以然後也是有考量中山堂中正廳的，音場的部分 對於一個爵士樂迷聽一場的演出 因該是還算不錯啦!!所以就先選在那裡。</p> <p>然後因為國家音樂廳就不適合，再來就是我們有很大的機率也申請不。</p> <p>（A1：不會巴）</p> <p>A1：我覺得不會不是這麼難確實，我們覺得確實</p>	<p>如果是年度音樂會的話，第一個當然是盡量排，就是排先定一個大家老師時間都可以之外，然後就是避開比較大型的活動，譬如之前怕會碰到兩廳院的爵士音樂節，那如果有衝突到的話就會分散票源。檔期差不多就是會考量盡量避開，重要的活動不要跟人家強碰。</p> <p>（A2-I2-Q6-01）</p> <p>像場地都很難選因為其實，但場地現在還是最大的難度是場地費，對!他的費用那目前就是紅樓它就是場租他對於藝術團隊他有特別的優惠，相對他的折扣，就是他，我們附出去的場地費就會比較少一點。</p> <p>（A2-I2-Q6-02）</p>

<p>音樂廳不是那麼...就是會很拉，因為我們有爵士鼓，他畢竟設計是給古典音樂。</p> <p>A2：因為兩廳院有時候常邀請國外 就是他們有那個兩廳院的那個爵士音樂節，所以會給國外的爵士音樂的團隊或者是樂手來，那就是去聽就會知道啦那場效果。</p>	
<p>(7) 貴團在售票通路規劃的安排為何?</p> <p>A2：<u>現在目前就是比較習慣兩廳院，因為售票系統就是它，因為它有提供服務所以它，每售出的票卷他都會扣一些貴賓席下來那我們自己售出跟他們現上售出扣的部份來做採樣，我們自己賣出去的話被扣的東西就會比較少，但是我這樣比起來我是覺得兩廳院的我們需要花出去的成本好像比較低，然後兩廳院因為他的售票通路其實也很多然後他又有節目冊，他就是放兩個月，每個月都有節目手冊，所以相對於考量成本跟曝光。</u></p> <p>A1：他宣傳效果比較好，年代有自己的節目冊...</p> <p>A2：很容易就可以拿的到。</p> <p>A1：確實也有人是因為看了這個節目冊來的。</p>	<p>現在目前就是比較習慣兩廳院，因為它有提供服務所以它，每售出的票卷他都會扣一些貴賓席下來那我們自己售出跟他們現上售出扣的部份來做採樣，我們自己賣出去的話被扣的東西就會比較少，但是我這樣比起來我是覺得兩廳院的我們需要花出去的成本好像比較低，然後兩廳院因為他的售票通路其實也很多然後他又有節目冊，他就是放兩個月，每個月都有節目手冊，所以相對於考量成本跟曝光。</p> <p>(A2-I2-Q7)</p>
<p>(8) 紙本宣傳品設計形式或媒體宣傳的主要管道為何?以何種宣傳形式效果最好?</p> <p>A1：<u>就是那個宣傳物的設計當然就是要接近我們主題，然後訊息清楚，那就是也是希望說他看起來就是希引人家去看，那我們主要媒體上宣傳，除了在網路上以外，網路是最便宜的嘛那我們自己可以在 facbook 或是轉貼或是就是有一些 E-DM 或是發一些新聞稿，有的記者他也會在網路的新聞上 po，那我覺得還滿有效的像廣播，特別是一些比較大的廣播公司的節目，象是全國性的中廣的一些名人的節目，那當然真的就是說大家聽眾多的，聽眾多的電台真的就是...聽眾小的電台會效果會強很多，不一定是中廣 news89 也有一些節目。</u></p>	<p>就是那個宣傳物的設計當然就是要接近我們主題，然後訊息清楚，那就是也是希望說他看起來就是希引人家去看，那我們主要媒體上宣傳，除了在網路上以外，網路是最便宜的嘛那我們自己可以在 facbook 或是轉貼或是就是有一些 E-DM 或是發一些新聞稿，有的記者他也會在網路的新聞上 po，那我覺得還滿有效的像廣播，特別是一些比較大的廣</p>

<p>M：像如果說你們到其他地區譬如象台南，然後就是比較偏南部，你們會怎麼樣去做宣傳。</p> <p>A1：那邊有時候也會有一那個就是那個廣播，像雲林她是那是那個小白，會有一些就是長期關懷我們的一些主持人，他們知道我們要去就會特別做一個專訪然後幫我們宣傳。</p> <p>M：那我知道南部其實滿流行用宣傳車的...</p> <p>A1：喔!我們到是還沒試過</p> <p>A2：是有聽到</p> <p>M：上次葉啟田就有在中正那邊用宣傳車</p> <p>A2：表盟上次聽屏風的執行長有說</p>	<p>播公司的節目，象是全國性的中廣的一些名人的節目，那當然真的就是說大家聽眾多的，聽眾多的電台真的就是...聽眾小的電台會效果會強很多。</p> <p>(A1-I2-Q8)</p>
<p>(9) 貴團體是否與異業團體共同進行行銷推廣合作?</p> <p>A2：之前就是大安森林公園</p> <p><u>2008 在大安森林公園演出是最後有結合舞工廠的踢他舞。</u></p> <p><u>2009 是乘著紙鳶的翅膀然後就是有絲竹空的音樂再結合劍舞，的搭配。</u></p> <p>A1：他是戲曲學院。他是政君的朋友，</p> <p>A2：那時候只是在想會不會被揮到旁邊的，因為舞台放很多音響設備又是樂器然後距離也沒有很遠，那個好像真的劍。</p> <p>A1：因該是殺不死人</p> <p>A2：對!那時候還記得就是還有那個老師做那個劍飛出去那個聲音，蠻不錯的。</p> <p><u>然後再來就 2010 旋轉就加入那個原住民歌手小美，對。那還有其他的演出的那個樂手，然後</u></p> <p><u>2011 也就去年就是馬丁老師 拉 double bass 的馬丁老師他就是年度製作就是遊文戲字，也有再請到現在還在讀民族藝術的也是爵士，一起策劃。一起請他來合作的這個音樂會，那裡面就用到還滿多文字的聲音阿形象，還有加入一個視覺的設計就是，影像就搭配音樂，就馬丁老師來說，就文字對他有一些形象的一個跟身音的一個意義，然後今年的話就是在小美（以利·高露）合作然後又加入了絃樂四重奏，因為就是絲竹空本身的固定團員之外都有做不同的結合那音樂相對</u></p>	<p>2008 在大安森林公園演出是最後有結合舞工廠的踢他舞。</p> <p>2009 是乘著紙鳶的翅膀然後就是有絲竹空的音樂再結合劍舞，的搭配。</p> <p>然後再來就 2010 旋轉就加入那個原住民歌手小美，</p> <p>2011 也就去年就是馬丁老師 拉 double bass 的馬丁老師他就是年度製作就是遊文戲字，那裡面就用到還滿多文字的聲音阿形象，還有加入一個視覺的設計就是，影像就搭配音樂。因為就是絲竹空本身的固定團員之外都有做不同的結合那音樂相對也會不一樣然後也會，因為彭老師也希望說邀請其他的作曲家一起合作那創作出來的樂曲，也是會讓聽眾聽到不一樣風格的音樂，每一個音樂家，每個演出者可能他自己本身都有他們固定的粉絲，一定會有</p>

<p><u>也會不一樣然後也會，因為彭老師也希望說邀請其他的作曲家一起合作那創作出來的樂曲，也是會讓聽眾聽到不一樣風格的音樂，每一個音樂家，每個演出者可能他自己本身都有他們固定的粉絲，一定會有跟絲竹空的粉絲群還是會不太一樣，那透過這樣的方式，其實就是讓她透過這個機會也有機會聽到絲竹空的演出。</u></p>	<p>跟絲竹空的粉絲群還是會不太一樣，那透過這樣的方式，其實就是讓她透過這個機會也有機會聽到絲竹空的演出。（A2-I2-Q9）</p>
<p>（10）網路社羣的經營定位與目標？ A2：<u>現在還是比較著重在 facebook 在上，平常的話..當然就是除了 po 就是平常演出的訊息照片，再來就是有的時候就是朋友的建議，也是會 po 一些其他相關的訊息或者是，就是喜歡絲竹空音樂的人，就會想可能他也會，我們也可以提供其他的演出的訊息，可以透過粉絲頁他們可以得到他們想要知道的消息。</u> M：我有發現絲竹空有兩個/// A2：絲竹空爵士樂團是粉絲專業一個是個人的帳號，所以我在想第一個就開絲竹空。 A1：他們會常常換來換去，我們還是好好用部落格好了。 君：比較少看部落格除非真的有事要去看</p>	<p>現在還是比較著重在 facebook 在上，平常的話..當然就是除了 po 就是平常演出的訊息照片，再來就是有的時候就是朋友的建議，也是會 po 一些其他相關的訊息或者是，就是喜歡絲竹空音樂的人，就會想可能他也會，我們也可以提供其他的演出的訊息，可以透過粉絲頁他們可以得到他們想要知道的消息。（A2-I2-Q10）</p>
<p>（11）對網路社羣經營的未來規劃與遠景？ A2：<u>遠景當然是希望有那種死忠的粉絲就非常關注我們的訊息對阿。</u> <u>未來規劃</u> A1：<u>我是覺得阿!好像就是要就是對就是 facebook 當然就是它其實是保持一種互動嘛對或者是就是你保持一定的人次，然後大家就會，反正這已經是一種很普遍的溝通方式，那就會得到，讓大家知道你就是在 fb。</u> A2：對有時候也是會看其它的粉絲甚麼會有用或互動怎麼搞。 沒有想到會干擾，那 facebook 或部落格至少是你自己心甘情願去點對所以我也沒有想到要（line）通訊軟體，因為我覺得就是，我不想要的訊息然後它一直出現的話，反而就是會有反感，所以可能我就是喵一下阿就把他刪掉。</p>	<p>遠景當然是希望有那種死忠的粉絲就非常關注我們的訊息對阿。 （A2-I2-Q11-01） 就是 facebook 當然就是它其實是保持一種互動嘛對或者是就是你保持一定的人次，然後大家就會，反正這已經是一種很普遍的溝通方式嘛，那就會得到，讓大家知道你就是在 fb。 （A1-I2-Q11-02）</p>

(三) 藝術市場開發	
<p>(1) 台灣社會民眾對貴團體的演出形式接受度如何?</p> <p>A2: <u>接受度不是難題，難再要他買票走進去看/聽對，那因為，還有現在目前都是邀演比較多對，那我是覺得只要有在底下聽，縱使是 因為從問卷裡面，縱使是第一次聽其實就是得到的那個反應其實都滿好的對。恩 ..那像這次要講劇場藝術節就有去雲林、高雄、苗栗、台南，那因為可能宣傳上面可能要劇場藝術節宣傳的時間沒有那麼長那所以有時候，過去它整個那個觀眾沒有那麼多，它就是因為要推廣觀眾要買票的習慣，那也有可能就是剛開始起步，所以大家的習慣不可能馬上，這個活動就要馬上完成，但是通常就是有在裡面聽的觀眾其實聽完的到最後面的反應都非常好。</u></p> <p>A1: 特別是義工都非常熱情。</p> <p>A2: 因為她們常常在聽嘛，所以他們義工的反應其實我們會覺得可性度更高，因為很多場館裡面的義工，其實都是常期在那理服務而那個輪調性好像沒有那麼高，所以接受度都高就是只要大家有踏進去。</p>	<p>接受度不是難題，難再要他買票走進去看/聽對，那因為，還有現在目前都是邀演比較多對，那我是覺得只要有在底下聽，縱使是 因為從問卷裡面，縱使是第一次聽其實就是得到的那個反應其實都滿好的對。那因為可能宣傳上面可能要劇場藝術節宣傳的時間沒有那麼長那所以有時候，過去它整個那個觀眾沒有那麼多，它就是因為要推廣觀眾要買票的習慣，那也有可能就是剛開始起步，所以大家的習慣不可能馬上，這個活動就要馬上完成，但是通常就是有在裡面聽的觀眾其實聽完的到最後面的反應都非常好。</p> <p style="text-align: center;">(A2-I3-Q1)</p>
<p>(2) 貴團體透過何種方式培養新的觀眾族群?</p> <p>A2: 不同的音樂家作曲家然後，...</p> <p>A1: <u>我們大概都是透過一些演出活動訊息然後就記給我們 E-mail 的聽眾群，然後通常喜歡的人都會再邀朋友來這樣子，所以還是比較靠口耳相傳拉!對!因為 還有有時候如果我們像譬如說電視的訪問那有時候也會有一些小，所以它可能音樂有些活動像電視節目宣傳那有人看到也有興趣去看。</u></p>	<p><u>我們大概都是透過一些演出活動訊息然後就記給我們 E-mail 的聽眾群，然後通常喜歡的人都會再邀朋友來這樣子，所以還是比較靠口耳相傳拉 (A1-I3-Q2)</u></p>
<p>(3) 貴團體透過何種機制瞭解藝術群眾的興趣、態度與參與動機?</p> <p>A2: 我們會有問卷</p>	<p>我們會有問卷</p> <p style="text-align: center;">(A2-I3-Q3)</p>
(四) 財務策略	
<p>(1) 貴團體的主要收入來源分配比例為何?</p> <p>A1: <u>在就是就是商演和那個政府補助，目前大概</u></p>	<p>在就是就是商演和那個政府補助，目前大概是補助</p>

<p>是補助大概佔百分之三十左右然後，上演就佔百分之七十，不一定每一年的補助，大概就三十到四十幾的補助，然後剩下就是商演的收入。</p>	<p>大概佔百分之三十左右然後，上演就佔百分之七十，不一定每一年的補助，大概就三十到四十幾的補助，然後剩下就是商演的收入。（A1-I4-Q1）</p>
<p>(2) 貴團體的財務開支分配比例為何? A1：<u>最大還是人事，就是除了薪資，行政薪資以外就是演出費用像這方面，對其它，因為我們的舞台沒有很大，大概就是大的演出我們才會再找燈光這些，那一般的演出就是音響的部分，然後呢這兩年就是還有就是有放一些經費在行銷還有或是形象的建立，從 logo 設計阿，然後服裝阿，形像照阿 喔還有新的那個網站那個 flash 網站那個，你有看到那個嘛?</u> M：官方網站就音樂會自己出來 A2：絲竹空字會慢慢變大</p>	<p>最大還是人事，就是除了薪資，行政薪資以外就是演出費用像這方面，對其它，因為我們的舞台沒有很大，大概就是大的演出我們才會再找燈光這些，那一般的演出就是音響的部分，然後呢這兩年就是還有就是有放一些經費在行銷還有或是形象的建立，從 logo 設計阿，然後服裝阿，形像照阿 喔還有新的那個網站那個 flash 網站那個，你有看到那個嘛? （A1-I4-Q2）</p>
<p>(3) 貴團體與政府的政策補助申請合作方式? A1：<u>喔像年度的話就是文化部的那個分級獎助的補助，就簡稱扶植團隊，對那個是年度的補助，那其實它是專案的補助，專案的補助我們比較長申請就是有台北市文化局還有國藝會，也就是它定期的，通常他們都是一年有兩期，如果我們有演出或是需要出國的話就會申請，然後另外還有新聞局現在也是併入文化部了，新聞局會有就是樂團出國海外研習或是演出的補助，所以如果說我們有一些國外演出的話，可能最主要就是靠那個補助來支出。</u> M：所以你們是屬於流行音樂還是音樂與表演藝術團體。 A1：都可以...對他們好像都還可以接受就是這兩類它們都還可以接受我們去申請。</p>	<p>像年度的話就是文化部的那個分級獎助的補助，就簡稱扶植團隊，對那個是年度的補助，那其實它是專案的補助，專案的補助我們比較長申請就是有台北市文化局還有國藝會，也就是它定期的，通常他們都是一年有兩期，如果我們有演出或是需要出國的話就會申請，然後另外還有新聞局現在也是併入文化部了，新聞局會有就是樂團出國海外研習或是演出的補助，所以如果說我們有一些國外演出的話，可能最主要就是靠那個</p>

	補助來支出。(A1-I4-Q3)
<p>(4) 貴團體與民間企業的合作模式?</p> <p>A1: <u>因該主要是今年的那個廣藝基金會, 那時候他們有一個委託創作的甄選所以我們就去提了一個案子去年就作甄選嘛當做今年的計劃這樣子。所以它就是再委託創作, 提供我們音樂創作的費用它那個是委託創作可能已經不算是贊助了對應該算是個合作案吧, 然後另外就是它也邀請我們就是那個演出就是手牽手的力量在廣藝廳作一場演出, 它也提供在那裡演出的製作費。</u></p> <p>M: <u>法藍瓷好像你們也有合作</u></p> <p>A1: <u>對阿它之前有一次是就我們在大安森林公園那個森巴遊樂園就有一個演出的贊助, 那就是贊助它們掛 logo, 然後還有一次是去雅加達有一個出國的行程它們</u></p> <p>M: <u>就這兩個企業有跟你們合作</u></p> <p>A1: <u>統一企業有贊助過我們旋轉 2010 年, 那一年他們就是直接買了一百張票, 還有專輯, (星巴克的贊助) 提供我們飲料 (在紅樓的時候)。</u></p>	<p>廣藝基金會, 那時候他們有一個委託創作的甄選所以我們就去提了一個案子去年就作甄選嘛當做今年的計劃這樣子。所以它就是再委託創作, 提供我們音樂創作的費用它那個是委託創作可能已經不算是贊助了對應該算是個合作案吧, 然後另外就是它也邀請我們就是那個演出就是手牽手的力量在廣藝廳作一場演出, 它也提供在那裡演出的製作費。</p> <p>(A1-I4-Q4-01)</p> <p>(法藍瓷) 對阿它之前有一次是就我們在大安森林公園那個森巴遊樂園就有一個演出的贊助, 那就是贊助它們掛 logo, 然後還有一次是去雅加達有一個出國的行程它們。(A1-I4-Q4-02)</p> <p>統一企業有贊助過我們旋轉 2010 年, 那一年他們就是直接買了一百張票, 還有專輯, (星巴克的贊助) 提供我們飲料 (在紅樓的時候)。(A1-I4-Q4-03)</p>
(五) 創新音樂模式	
<p>(1) 創新演出型態的成員如何組成?</p> <p>A1: <u>喔~恩這個也是就是漸漸組合起來的, 對啊!就是一開始的時候是我和一個彈柳琴的朋友, 那她為了要做柳琴獨奏會所以她找我, 這你都</u></p>	<p>這個也是就是漸漸組合起來的, 對啊!就是一開始的時候是我和一個彈柳琴的朋友, 那她為了要做</p>

知道了嘛，對就陳怡蓓所以我們，就先作了二重奏的作品，那因為她連著三年都要做她獨奏會的演出，所以我幫她編了三年，我發現說我們可以漸漸可以累積音樂會的，一整場的作品那最後來就，就在找吳政君，因為我之前就跟他認識，然後我們一起再變形蟲爵士樂團，對所以我就找他一起搭，然後後來藤井俊充我也是就做爵士樂認識的我覺得他對這個有興趣，所以後來他就有加入，所以一開始大概就我們四個，那第一張專輯的時候還有一些其他的樂手就算是客串演出那後來之後呢~我們又找了笛子進來，那陳怡蓓因為她在南藝大教書後來她搬去高雄了，比較難跟我們固定的演出和排練，所以我們就再找現在陳芷翎彈中阮彈柳琴，所以他們兩個大概都在 2007 年來的，然後那一年底就是馬丁，吳馬丁比利時的 bass 手，我們剛好少 bass 手就邀請他進來。所以我們大概就是這樣六個人的組合就走了好幾年，然後這兩年就開始再找不同的樂手合作。

柳琴獨奏會所以她找我，對就陳怡蓓所以我們，就先作了二重奏的作品，那因為她連著三年都要做她獨奏會的演出，所以我幫她編了三年，我發現說我們可以漸漸可以累積音樂會的，一整場的作品那最後來就，就在找吳政君，因為我之前就跟他認識，然後我們一起再變形蟲爵士樂團，對所以我就找他一起搭，然後後來藤井俊充我也是就做爵士樂認識的我覺得他對這個有興趣，所以後來他就有加入，所以一開始大概就我們四個，那第一張專輯的時候還有一些其他的樂手就算是客串演出那後來之後呢~我們又找了笛子進來，那陳怡蓓因為她在南藝大教書後來她搬去高雄了，比較難跟我們固定的演出和排練，所以我們就再找現在陳芷翎彈中阮彈柳琴，所以他們兩個大概都在 2007 年來的，然後那一年底就是馬丁，吳馬丁比利時的 bass 手，我們剛好少 bass 手就邀請他進來。所以我們大概就是這樣六個人的組合就走了好幾年，然後這兩年就開始再找不同的樂手合作。

(A1-I5-Q1)

(2) 創新演出的模式定位如何產生?

A1：你說那個定位喔!恩 做久了就有定位，

做久了就有定位，因為可能對~大部分聽眾最直接感

因為可能對~大部分聽眾最直接感受喔有國樂器然後又有爵士鼓、有西樂器大概就是 對啊!結合兩種不同類型的音樂，那確實也是表面上就是樂器 然後我們音樂內容就是也是這樣子那其中音樂的一些精神或是一種想法也確實是這樣子所以好像也不用定位就大家聽聽看看就大概瞭解了。

M：就樂曲風格來說~會有一些戲曲的我知道一首有點仿古琴哪?

A1：這些跟我們團員的興趣和專長都有關係，對那像戲曲因為那個吳政君他本身就是學戲曲的，對那而且我們覺得戲曲其實是很有趣的一種東西，它其實內容很豐富，然後確實是可以跟爵士樂的律動結合再一起，那像古琴或是有一些南管的東西是我自己有興趣所以我會把這些作品拿來創作。

受喔有國樂器然後又有爵士鼓、有西樂器大概就是對啊!結合兩種不同類型的音樂，那確實也是表面上就是樂器 然後我們音樂內容就是也是這樣子那其中音樂的一些精神或是一種想法也確實是這樣子所以好像也不用定位就大家聽聽看看就大概瞭解了 (A1-I5-Q2-01)

這些跟我們團員的興趣和專長都有關係，對那像戲曲因為那個吳政君他本身就是學戲曲的，對那而且我們覺得戲曲其實是很有趣的一種東西，它其實內容很豐富，然後確實是可以跟爵士樂的律動結合再一起，那像古琴或是有一些南管的東西是我自己有興趣所以我會把這些作品拿來創作。(A1-I5-Q2-02)

(3) 創新演出團隊的多元價值如何界定?

A1：你說多元是它的內容是多元還是它有很多元的價值。

M：以我之前來想就是它有很多元素，就很多元素融合在你裏面然後台灣也接受了一些各國的影響或是網路的影響然後會有很多元素結合在裡面，會有一些音樂樂種的結合阿或者是一些音樂和舞蹈的結合或戲劇演出。

A1：多元價值的界定，對啊!我也不知道耶，就說我不知道這樣的回答 O 不 OK，其實你已經說了就是台灣本來就是個多元文化的地方，那我們透過我們的音樂把它呈現出來，那我覺得如果有甚麼特別的有價值的地方，或許是就是透過我們融合的演出，可以讓大家再重新接觸到比較傳統

我不知道這樣的回答 O 不 OK，其實你已經說了就是台灣本來就是個多元文化的地方，那我們透過我們的音樂把它呈現出來，那我覺得如果有甚麼特別的有價值的地方，或許是就是透過我們融合的演出，可以讓大家再重新接觸到比較傳統的大家覺得已經不屬於它的世界的一些音樂譬如說客家山歌阿或是南北管的戲曲，就大家一般會覺得這跟我的生活是

<p>的大家覺得已經不屬於它的世界的一些音樂譬如說客家山歌阿或是南北管的戲曲，就大家一般會覺得這跟我的生活是沒有關係的，可是這些東西它都有它，譬如說在這個就台灣有它存在過輝煌的時代或是說其實還是有它一定的美好的部分。</p>	<p>沒有關係的，可是這些東西它都有它，譬如說在這個就台灣有它存在過輝煌的時代或是說其實還是有它一定的美好的部分。（A1-I5-Q3）</p>
<p>（4）創新團隊領導者的個人特性? A1：個人特質再說我嗎?我個人特質是什麼? A2：適合帶團 A1：這樣子聽起來太不吸引人。出苦耐勞也是必須的 A2：吃苦耐勞，前瞻性除了做現再事情之外也要思考樂團未來的走向就是發展，還有我覺的還要領導統籌的能力，因為很多團員其實他們也是各個來自不一樣的領域，那可能他在他的領域範圍可能也是算是都還滿利害的對甚至就是自己本身都個自可能都有再帶一個領一個樂團，對啊!那如果自己本身都是一個樂團的頭那如何帶領這些頭，呵呵呵我覺得領導的能力也是滿重要的</p>	<p>適合帶團，吃苦耐勞，前瞻性除了做現再事情之外也要思考樂團未來的走向就是發展，還有我覺的還要領導統籌的能力，因為很多團員其實他們也是各個來自不一樣的領域，那可能他在他的領域範圍可能也是算是都還滿利害的對甚至就是自己本身都個自可能都有再帶一個領一個樂團，對啊!那如果自己本身都是一個樂團的頭那如何帶領這些頭，我覺得領導的能力也是滿重要的（A2-I5-Q4）</p>
<p>（5）對台灣目前的藝文生態有何看法? A1：因為我覺得好像是算是越來越好，我覺得投入藝術的人口應該是再成長那，就是一般的民眾對這些藝術活動的表演，應該說支持，藝術表演的支持也好像是比以前好一些那，可是就是我覺得還... 台灣的創作有的很多奮不顧身投入的表演團體的一些年青人那我想就是這些團隊的發表的管道和他們需要的支持包括政府等等，可能還有待加強，或是說 應該說整體的不管是在國內的行銷或者是說對國外的行銷我覺得或許政府都還需再多補助一點，那因為台灣的文化經費太低了，所以可能有時候，這些文化部門也是心有餘而力不足，另外就是說，就是台灣有很多的活動是是免費的不管中央或地方政府都會用辦活動來當然辦活動是好事，那當然也是會變成他們的一種業績的方式那他們就會常常喜歡辦很多免費的</p>	<p>因為我覺得好像是算是越來越好，我覺得投入藝術的人口應該是再成長那，就是一般的民眾對這些藝術活動的表演，應該說支持，藝術表演的支持也好像是比以前好一些那，可是就是我覺得還... 台灣的創作有的很多奮不顧身投入的表演團體的一些年青人那我想就是這些團隊的發表的管道和他們需要的支持包括政府等等，可能還有待加強，或是說 應該說整體的不管是在國內的行銷或者是說對國外的行銷</p>

活動那很多像音樂節或是什麼也都向台中的爵士音樂或是台北兩廳院它有一些售票或有一些是免費的那可是就事很多的活動都是免費的那或許對一些人就會形成一種 喔!反正看表演就是你只要去就好了，對那...或許這不是一個那麼好的現象，就是它當然我覺得有時候偶爾有一些免費的活動是 OK 的，可能這個需要在多思考一下，就是說，免費的活動大概辦到怎麼樣的程度然後一些售票的活動要怎麼來辦，可能就是可以搭配像這次劇場藝術節它就是嘗試讓民眾知道說我們可以到一個廳裡面然後花一點門票錢來支持團隊的演出，那其實台灣有很多很精彩的團隊這樣子，我覺得那個意義還滿好的。

M:新的表演團體

A1：會不會是因為那個阿譬如說五月天有很多流行的樂團是成功的所以家長會決的說或許玩樂團，不像以前他們覺得會是壞事，他的疑問為什麼家長會容許年青人去玩，所以他們可能就覺得玩團可能會把小孩玩壞這樣子，可是我覺得好像台灣的這種音樂的社團好像越來越多也有關係或許就是電視上的一些歌唱選秀節目也會讓大家覺得這不是壞事拉。對我到是沒想過這個問題，但是我有覺得樂團真的是越來越多。

銷我覺得或許政府都還需再多補助一點，那因為台灣的文化經費太低了，所以可能有時候，這些文化部門也是心有餘而力不足，另外就是說，就是台灣有很多的活動是免費的不管中央或地方政府都會用辦活動來當然辦活動是好事，那當然也是會變成他們的一種業績的方式那他們就會常常喜歡辦很多免費的活動那很多像音樂節或是什麼也都向台中的爵士音樂或是台北兩廳院它有一些售票或有一些是免費的那可是就事很多的活動都是免費的那或許對一些人就會形成一種 喔!反正看表演就是你只要去就好了，對那...或許這不是一個那麼好的現象，就是它當然我覺得有時候偶爾有一些免費的活動是 OK 的，可能這個需要在多思考一下，就是說，免費的活動大概辦到怎麼樣的程度然後一些售票的活動要怎麼來辦，可能就是可以搭配像這次劇場藝術節它就是嘗試讓民眾知道說我們可以到一個廳裡面然後花一點門票錢來支持團隊的演出，那其實台灣有很多很精彩的團隊這樣子，我覺得那個意義還滿好的。

(A1-I5-Q5)

<p>(6) 創新形態的音樂演出團隊如何提升作品的藝術價值?</p> <p>A1: <u>意思就是說做出來以後然後如何讓它的身價上漲嘛，我覺得一個是它要盡量的被聽到就是，當然不是說我們的東西會變成經典，但是就是說變成經典就是大家承認它的價值嘛對不對，那如果說你作品沒有常被聽到和常被演出的話就不可能有變成經典的一天，因為就算在好的作品它也可能就被忘記了那所以我想我們自己會經常演出我們自己的作品嘛那當然有時候有一些，年青人就覺得我們的作品很有趣就會來要譜，然後在他們自己的音樂會上發表，對我覺得這個也會滿有幫助的，那另外當然我覺得錄製專輯就是讓它可以被保存下來也非常的重要，那另外可能就是如果有一些比較好的演出或是你的專輯的錄製可以讓國際的一些樂評人能夠對它有正面的評價的話也會滿好的。</u></p>	<p>我覺得一個是它要盡量的被聽到就是，當然不是說我們的東西會變成經典，但是就是說變成經典就是大家承認它的價值嘛對不對，那如果說你作品沒有常被聽到和常被演出的話就不可能有變成經典的一天，因為就算在好的作品它也可能就被忘記了那所以我想我們自己會經常演出我們自己的作品，那當然有時候有一些，年青人就覺得我們的作品很有趣就會來要譜，然後在他們自己的音樂會上發表，對我覺得這個也會蠻有幫助的，那另外當然我覺得錄製專輯就是讓它可以被保存下來也非常的重要，那另外可能就是如果有一些比較好的演出或是你的專輯的錄製可以讓國際的一些樂評人能夠對它有正面的評價的話也會蠻好的。</p> <p>(A1-I5-Q6)</p>
<p>M: Q1 對跨界的定義 2:40</p> <p>A1: <u>跨界~因為其實跨界應該就是不同樂種之間的結合巴!那當然也有說不同的藝術類型。</u></p>	<p>跨界~因為其實跨界應該就是不同樂種之間的結合巴!那當然也有說不同的藝術類型。</p> <p>(A1-M-Q1)</p>
<p>M: Q2 獨立製作</p> <p>A1: <u>因為其實一開始我們，就其實很多團體自己在做的東西，一開始唱片公司不依定會認同拉那我們自己一開始台灣也沒有人做過那另一方面是現在景氣很不好，然後唱片的市場也不好所以其實大公司大的唱片公司能夠幫我覺得相對上比以</u></p>	<p>因為其實一開始我們，就其實很多團體自己在做的東西，一開始唱片公司不依定會認同拉那我們自己一開始台灣也沒有人做過那另一方面是現在景氣很不好，然後唱片的市場也</p>

前小很多，所以那對於團體來說自己發行的話其實自由度會高很多啦那加上向我們這種就所謂比較小眾的音樂類型大部分都是靠演出的時候的銷售，所以其實我覺得自己來發行還算是一個適合的方式。

不好所以其實大公司大的唱片公司能夠幫我覺得相對上比以前小很多，所以那對於團體來說自己發行的話其實自由度會高很多啦那加上向我們這種就所謂比較小眾的音樂類型大部分都是靠演出的時候的銷售，所以其實我覺得自己來發行還算是一個適合的方式。（A1-M-Q2）



訪談對象編號 B1、B2、B3、B4

訪談日期與時間：101 年 12 月 13&102 年 01 月 03 晚上 22:00~23:00

訪談地點：法藍盜音樂餐廳

訪問方式：開放式訪談錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
(一) 經營面	
<p>(1) 成立宗旨</p> <p>B1：<u>其實我們做這個樂團因該說一開始是比較是一個 project，是說只是說我們一開始有這個目的就是組團，因為你大概也看到我，其實我的主修是爵士鼓，我的副修是 bass，我的副副修是小副副修，其實是口琴是一開始是玩興趣就是有興趣的玩，然後慢慢的也是程明一開始也不是彈..是彈電吉他，然後我們大提琴也是她古典的，所以我們三個人一開始是，因該算這個樂團比較是一個 practice 的狀態開始大家雖然這塊是不熟悉的但是就是因為有興趣，就是再一起玩一玩，有時候接一些演出，那我們就為了這個演出就是練習曲子這樣子，後來就是慢慢的我們也是有像我們這邊後來也是每個星期四晚上有演出出然後我們就慢慢的變成就是一個團的方式，來進行，所以大概是這個樣子。所以沒有甚麼目的，還是你有目的。</u></p> <p>B2：沒有</p> <p>B3：那時候沒有甚麼宗旨阿</p> <p>那時候 toshi 就想成立一個不插電的樂團</p>	<p>我們三個人一開始是，因該算這個樂團比較是一個 practice 的狀態開始大家雖然這塊是不熟悉的但是就是因為有興趣，就是再一起玩一玩，有時候接一些演出。(B1-I1-Q1-01)</p> <p>那時候 toshi 就想成立一個不插電的樂團。(B3-I1-Q1-02)</p>
<p>(2) 經營特色與經營理念為何?</p> <p>B2：我們樂團已經有六年，但是一開始其實每有想太多，一開始就是。</p> <p>B1：<u>就像剛剛講得一個 project 所以我們沒有想要就是作這個團來靠生活阿什麼的，所以一開始是沒有這種經營的概念，那時候我們後來也是作專輯，其實我們樂團的東西都還蠻，很多東西都是蠻 DIY，就是我們很多樂團的工作就大家自己分配，譬如說作專輯的時候我是負責音樂的編曲、製作，程明就是負責文案的部分，Annie 就是大提琴就作美術的部分，然後二胡的 Fifi 就作一些</u></p>	<p>就像剛剛講得一個 project 所以我們沒有想要就是作這個團來靠生活阿什麼的，所以一開始是沒有這種經營的概念，那時候我們後來也是作專輯，其實我們樂團的東西都還蠻，很多東西都是蠻 DIY。</p> <p>(B1-I1-Q2-01)</p> <p>應該說就是我們樂團也沒有跟經紀公司簽約，其實</p>

<p>網路的宣傳的部分，因為我們就是自己分工就對了。</p> <p>B2：一次都可以講，基本上就是，就是那個經營其實。</p> <p>B1：<u>應該說就是我們樂團也沒有跟經紀公司簽約，其實就是我們自己樂團所以我們就是變成就是自己分工這樣子。</u></p> <p>B2：其實大部份都講到了。</p> <p>B4：我們樂團特色不就是走一個感覺很純白然後我不知道耶 我不知道怎麼形容因為想我第一次聽到C D我會覺得 好 就是不會讓你激起太多波濤洶湧的感覺，但是可能就會讓你覺得很放鬆的時候可以聽拉類似，之後我們就一直走這路線，然後就算他之後做了一些滿激進的歌象是什麼 Toy Wars 之類的就還是譬如說 他慢慢 toshi 慢慢後來越來越會作曲，帶點俏皮就是有點俏皮就是開心可能跟他心情有點關係，就是會變成舒服之外就還帶點俏皮的感覺，後來譬如說我在網路上宣傳，字句裏面就會帶點俏皮 就會講一甚麼揪咪之類的 溶入一下就是想可能是</p> <p>B3:這明明就是妳自己要秋咪的</p>	<p>就是我們自己樂團所以我們就是變成就是自己分工這樣子。</p> <p>(B1-I1-Q2-02)</p>
<p>(3) 是否先進行內外部的環境分析?</p> <p><u>當然會考慮到說市場上有沒有類似的東西，但是基本上還是已有趣做出來的音樂有趣比較重要然後當然也要我們內部嗎？，就是要符合我們的能力阿或者是我們的每個人都有他的特色每個樂手都有他的特色對阿。</u></p> <p>B3：我們不太管外界，團員內部的話我們都會互相督促，因為我們每一個禮拜會兩個禮拜至少一個月都會練團，最少一個月練一次，最多一個禮拜練一次，我們都會練團然後就會走一些歌曲又會討論說我們那裏生疏了，然後我們要怎麼要子的去推廣我們下一個音樂會或是怎麼樣的去賣C D是不是要申請那一些案子或做哪一些表演或是誰要做甚麼事。</p>	<p>當然會考慮到說市場上有沒有類似的東西，但是基本上還是已有趣做出來的音樂有趣比較重要然後當然也要我們內部嗎？，就是要符合我們的能力阿或者是我們的每個人都有他的特色每個樂手都有他的特色對阿。(B2-I1-Q3)</p>

<p>(4) 組織結構 (行政、藝術、技術人員)</p> <p>B2: <u>行政都自己來或者是家人。</u></p> <p>B3: <u>午後之樹呢算是一個跨界爵士樂團，那我們的樂團的成員就是</u>，事實上就只有音樂家部分，所為的行政跟技術人員 我們就是校長兼打鐘的那種形式，那就是譬如說：樂團裡面我們有四個人嘛?。</p> <p>Toshi 團長他吹口琴。他是負責的層面 譬如說就是音樂上面的規劃，譬如說我們要演甚麼曲子他會作編曲等等的。行銷類的話我們會稍為討論一下那我們請 Fifi 來執行算是執行，就是請她在網路上宣傳 po 一些照片阿然後是寫一些文字然後分享一些我們練習的狀況或是音樂會的資訊。程明他是吉他手，Fifi 是二胡 程明算是我們午後之樹團的 (會計) 他算是 午後之樹是有登記的他是登記的團長。他負責的層面是譬如說我們要寫一些文案，要申請一些補助阿，專輯的內容阿，文字的部分比就是他主導。我 (張) 看因為現在是我在講話嗎?所以比較是對外的窗口我會負責溝通阿協調阿，接 Case 跟誰聯絡阿。我就會進行溝通的這些層面。然後在回來內部，再作一些廣告阿!</p> <p>比如說像我們的專輯阿!音樂錄音這些 toshi 就是製作人嘛音樂方面就是他，選曲我們大家可能會投票說我們喜歡哪一些我們想做哪一些 最後他來做決定，編曲阿，曲子的順序哪一首歌獨奏 (solo) 誰主奏，誰作間奏阿!這些都是由 toshi 來掌管所以他掌管音樂層面的。那程明就是我剛說的就是文案的部分，專輯的所有文字幾乎都是他寫的，或者是他跟他老婆，有時候也會幫忙我們作一些寫企畫丟到學校阿。那專輯的包裝設計就是我 (張) 負責，網宣是 Fifi 她就是負責宣傳說我們專輯甚麼時候發行。</p>	<p>行政都自己來或者是家人。(B2-I1-Q4-01)</p> <p>午後之樹呢算是一個跨界爵士樂團，那我們的樂團的成員就是，事實上就只有音樂家部分，所為的行政跟技術人員 我們就是校長兼打鐘的那種形式，那就是譬如說：樂團裡面我們有四個人嘛?(B3-I1-Q4-02)</p>
<p>(5) 人力資源管理 (人才培養：專職、兼職、義工)</p> <p>B2: <u>你所謂的專職是專職在這個樂團還是</u>，當然不會阿我們還是會去別的樂團，因為這就是一個</p>	<p>你所謂的專職是專職在這個樂團還是，當然不會阿我們還是會去別的樂團，因為這就是一個 project，</p>

<p><u>project，樂手這個東西如果專職，專職在一個樂團，除非是五月天。</u></p> <p>B1：<u>對除非是五月天。其實是很難我們這種 Indie 樂團，很難就是只作樂團然後就是作生活。</u></p> <p>B2：會，當然有朋友好朋友</p> <p>B1：就是家人阿。</p> <p>B3：這方面我們有點遜。（怎麼樣就是我們四個人而已）沒有就是</p> <p>B4：就是說像我們四個人分開的時候各自都有各自的粉絲。（其妙的化學變化就也還好）</p> <p>B3：所以這方面可能就是我們周邊的朋友吧 會作一些補助的一些幫忙譬如說專輯的設計，攝影阿算是朋友的半贊助 這樣子的形式，吉他手的老婆她會幫我們寫企畫案丟到學校去阿外來的一些幫助。</p>	<p>樂手這個東西如果專職，專職在一個樂團，除非是五月天。（B2-I1-Q5-01）</p> <p>其實是很難我們這種 Indie 樂團，很難就是只作樂團然後就是作生活。（B1-I1-Q1-02）</p>
<p>（二）行銷策略</p>	
<p>（1）製作與演出流程安排的基本理念為何？</p> <p>B2：<u>這個不一定，有時候我們會看譬如說聖誕節要到了也續就會想一些就是符合 那個節慶的一個感覺東西阿，那譬如說如果是我們要去參加客委會的活動那當然就會用一些客家的東西這樣子。</u></p> <p>B1：<u>不過我個人就是還蠻喜歡，就是春天就是演春天的歌曲，夏天是演夏天就是有不同的季節準備一些不同的適合這個季節的歌曲這樣子。因為不知道耶我自己很喜歡是在這個樂團裡面的音樂。因為我們樂團基本上是沒有歌手，所以我是很希望從我們的音樂這邊，聽眾可以看到一些有這個畫面的東西，所以我覺得這種，音樂的季節性的東西對我來講是很重要的。</u></p> <p>B3：基本理念的話：<u>我會覺得我們就是想要呈現，我們這個團組合的特別，我們團的組合成員是很特別的因為就是有 toshi 口琴是很爵士的口琴 Mountain 的吉他是搖滾吉他 Blues 的吉他，大提琴是一個古典的樂器西方的，樂器國樂是古典的東方的樂器。</u></p>	<p>這個不一定，有時候我們會看譬如說聖誕節要到了也續就會想一些就是符合那個節慶的一個感覺東西阿，那譬如說如果是我們要去參加客委會的活動那當然就會用一些客家的東西這樣子。（B2-I2-Q1-01）</p> <p>不過我個人就是還蠻喜歡，就是春天就是演春天的歌曲，夏天是演夏天就是有不同的季節準備一些不同的適合這個季節的歌曲這樣子。因為不知道耶我自己很喜歡是在這個樂團裡面的音樂。因為我們樂團基本上是沒有歌手，所以我是很希望從我們的音樂這邊，聽眾可以看到一些有這個畫面的東西，所</p>

<p><u>我們想要把不同的背景結合再一起變成，然後變成一種新的音樂模式，我們的編曲也都是非常得特別。那我覺得我們這個團就是很獨特，因為很多人光聽到我們這個的組合，甚麼你們再講一次，因為我們跟一般的爵士團非常的不一樣。</u></p> <p>爵士團一定會有 bass 爵士鼓，這樣子的有節奏組的這個那我們大提琴 想我們有時候可以變成是一個 bass 有時候是旋律，然後就是大家這樣的穿插變成一個獨特的聲音。</p> <p>所以我們在演出的時候我們的曲目都是一定要設計過，那我們怎麼選我們的曲目的話有的時候就是，可能我或說我很想做這首歌就跟 toshi 說 然後他就（好阿好阿）我們把它編一下就會去編。練團的時候他就會發熱騰騰的譜出來，（ㄟ 這個怎麼樣譜麼樣）我們就把它練起來了。有時候他會有些想。就會變成這（不知道這樣有回答道）妳說策略，雖然說我覺得事實上我們的樂團，事實上接受率還滿高的（只要去表演的話），只要去表演的話接受率都很高，因為他們都喜歡不同於一般團得這樣的模式 這樣有回答道嗎？</p>	<p>以我覺得這種，音樂的季節性的東西對我來講是很重要的。（B1-I2-Q1-02）</p> <p>我會覺得我們就是想要呈現，我們這個團組合的特別，我們團的組合成員是很特別的，我們想要把不同的背景結合再一起變成，然後變成一種新的音樂模式，我們的編曲也都是非常得特別。那我覺得我們這個團就是很獨特，因為很多人光聽到我們這個的組合，甚麼你們再講一次，因為我們跟一般的爵士團非常的不一樣。</p> <p>（B3-I2-Q1-03）</p>
<p>（2）貴團體是否提供周邊商品，例如：影音出版品，以滿足觀眾需求？</p> <p>B3：<u>有我們已經出了兩張 EP 兩張專輯然後我們也有錄製 MV，然後水精靈是我們第二張專輯的主打歌。</u></p>	<p>有我們已經出了兩張 EP 兩張專輯然後我們也有錄製 MV，然後水精靈是我們第二張專輯的主打歌。（B3-I2-Q2）</p>
<p>（3）此類產品銷售管道如何規劃？</p> <p>B3：<u>那我們就是會放一些專輯在我們常表演的地方 ex：法藍瓷或是 A house 第一張專輯事由以前的喜馬拉雅發行，第二張專輯會是由風潮發行，他們會放在他門的通路。</u></p> <p><u>那我們也會在之前專輯發了之後我們會再誠品作專輯的宣傳的演出。那我們通常都會找一些地方作專輯發表音樂會。</u></p>	<p>那我們就是會放一些專輯在我們常表演的地方 ex：法藍瓷或是 A house 第一張專輯事由以前的喜馬拉雅發行，第二張專輯會是由風潮發行，他們會放在他門的通路。</p> <p>那我們也會在之前專輯發了之後我們會再誠品作專輯的宣傳的演出。那我們通常都會找一些地方作專</p>

	<p>輯發表音樂會。 (B3-I2-Q3)</p>
<p>(4) 貴團體的節目票價訂定考量為何? B3：<u>大部分演出場地，他們都會給我們票價的（range）</u> <u>通常表演場地跟演出團體都是六四分，表演場地抽六，演出團體抽四。</u> <u>那票價的話大概就是，我們有過的演出的票價三百五到四百的那我們也非常歡迎企業贊助。</u> <u>就是比如說有些方式就是可能說一張專輯我們是賣三百五，那他可能用五百塊購買，算是贊助。</u></p>	<p>大部分演出場地，他們都會給我們票價的（range）通常表演場地跟演出團體都是六四分，表演場地抽六，演出團體抽四。 那票價的話大概就是，我們有過的演出的票價三百五到四百的那我們也非常歡迎企業贊助。 就是比如說有些方式就是可能說一張專輯我們是賣三百五，那他可能用五百塊購買，算是贊助。 (B3-I2-Q4)</p>
<p>(5) 貴團體是否提供優惠活動?對於整體收入有何影響與效益 B3：<u>你知道這個，因為我們都是音樂家，所以我們對於整體收入跟效益影響實在是沒有甚麼太深入的研究。</u> <u>我們就是很希望 就是有很多人喜歡我們的音樂聽我們的音樂，藉由我們的音樂 譬如說哪一天心情不好的時候聽一下，就心情好（很放鬆）。</u> <u>優惠活動我們曾經就是在校園表演的時候 CD 兩張合賣價格有比較稍微便宜一點。</u></p>	<p>你知道這個，因為我們都是音樂家，所以我們對於整體收入跟效益影響實在是沒有甚麼太深入的研究。我們就是很希望 就是有很多人喜歡我們的音樂聽我們的音樂，藉由我們的音樂 譬如說哪一天心情不好的時候聽一下，就心情好（很放鬆）。(B3-I2-Q5-01) 優惠活動我們曾經就是在校園表演的時候 CD 兩張合賣價格有比較稍微便宜一點。(B3-I2-Q5-02)</p>
<p>(6) 貴團體如何安排演出場次與場地?有那些考量的因素? B1：<u>當然也會想我們樂團的形象，因為我們樂團就叫午後之樹，我自己的生活方式，如果是我們去晚上十一點的地方演出的話我會覺得怪怪的。</u> <u>如果是我們的音樂會我還是蠻喜歡下午阿或是如果是晚上也是比較有（不要太晚），因為我們樂</u></p>	<p>當然也會想我們樂團的形象，因為我們樂團就叫午後之樹，我自己的生活方式，如果是我們去晚上十一點的地方演出的話我會覺得怪怪的。如果是我們的音樂會我還是蠻喜歡下</p>

<p><u>團的形象也是比較偏 Lohas，就是那種東西就是不要太，就是有這樣子氣氛的餐廳我們會比較喜歡去。</u></p> <p>B2：像上次 A house。考量因素基本上就是考慮大小然後還有便利性，當然也會考慮他們那邊的舒不舒適，那邊的聲響適不適合，如果是自己安排音樂會的話，之前很常去女巫店，像我們河岸留言就沒有去過因為不太適合，形象不太合好像有去過大河岸，小河岸就沒有去過那個太頹廢了對阿。</p> <p><u>B3:通路的話大部分我們都是安排誠品，那場次的話事實上我們都會想說一個月內不要太多場因為這樣會分散聽眾。</u></p> <p>所以就是可能是至少不要同一個地區譬如說是台北市，這個禮拜演下個禮拜又在那一個地方演這樣子，那就會覺得這樣子會影響你的（就是來聽的人潮會變少）那考量因素就是對阿就是怕太近了或者是說通常他們就是會擔心時間安排太近會分散聽眾 但是我個人會覺得說如果不是在同一個地區的化比如說東區或師大那一區，我覺得還是會有差異。</p> <p>這也沒有實際研究過分析 到底 為什麼這場來的比較少。</p>	<p>午阿或是如果是晚上也是比較有（不要太晚），因為我們樂團的形象也是比較偏 Lohas，就是那種東西就是不要太，就是有這樣子氣氛的餐廳我們會比較喜歡去。（B1-I2-Q6-01）</p> <p>通路的話大部分我們都是安排誠品，那場次的話事實上我們都會想說一個月內不要太多場因為這樣會分散聽眾。（B3-I2-Q6-02）</p>
<p>（7）貴團在售票通路規劃的安排為何？</p> <p>B2：<u>這個就交給演出場地去他們都有通路。</u></p> <p>B3：<u>譬如說在法藍盜的音樂會的話我們就是會開放網路跟我們直接訂購或是提早來這邊買票。A House 他們有他們的售票系統（華娛）他們也可以提早去那邊購買也都可以。</u></p> <p>B3:其實因為這些就是我們的團並沒有一個行政人員來做很多工作都是，譬如說某一天練完團，大家聚再一起或是表演完聚再一起，誰有什麼事情報告一下直（要做這個事情要不要做那誰要做甚麼誰要做甚麼）接分配出去。</p>	<p>這個就交給演出場地去他們都有通路。</p> <p>（B2-I2-Q7-01）</p> <p>譬如說在法藍盜的音樂會的話我們就是會開放網路跟我們直接訂購或是提早來這邊買票。A House 他們有他們的售票系統（華娛）他們也可以提早去那邊購買也都可以。（B3-I2-Q7-02）</p>
<p>（8）紙本宣傳品設計形式或媒體宣傳的主要管道為何?以何種宣傳形式效果最好?</p> <p>B3:那紙本宣傳品呢本來我們要做一個樂團的 Q</p>	<p>那紙本宣傳品呢本來我們要做一個樂團的 Q 版宣傳（類似小書籤的東西）在</p>

版宣傳（類似小書籤的東西）在那邊就不了了知了。

B4：你知道後來為為什麼沒有生出來嗎？規格不合，要重新用等等。

B3：事實上就我們辦這麼多次 我會覺得我們第一場音樂會算是非常成功的，那我不知道那時候是因為，第一次音樂會所以有很多，親朋好友特地來捧場還是怎麼樣，那次我們有做宣傳的明信片，那樣子的商品，然後擺到一些咖啡廳去。對~所以那一次來法藍盜大概有一百二十個人，有擠爆。然後第二次之後 我們就沒有印那東西，那東西也是有一筆費用，大概也要三四千塊的樣子。

後來的音樂會事實上觀眾真的都沒有這麼多人，可是我們也沒有去計算說來的，我記得那時候好像有說一百二十人一半是親朋好友，有六十有一半不是，可是因為後來就是因為預算的關係，也無法，在做這件是。一直到最近才想說，因為那時候大概也好幾年前了 我們第一場音樂會跟現在在大概五年前了

那時候跟現在的一些印刷的這個費用事實上好像有點不太一樣，因為那時候本還好像不到一千塊就可以印這些東西來那因為我們又不想要只印一張 A4 的黑白的東西我們想要印一個可能明信片大小有質感的有設計過的東西，也沒有形成的所以就不了了之了。（江：類式邀請卡）

比如說我們甚麼時候在這邊那，通常一個月以前開始宣傳差不多。

那我們那時候也有就是規劃網路上的行銷，比如說會在哪一個網站，就是開始討論說~你們最近聽過那一個樂團阿然後他們的組合是什麼阿，~好像很特別。

真的有我朋友幫我們寫了網路行銷企畫案，叫我們登入那裡阿設定帳號然後去說：最近有看甚麼表演阿，最近有聽過甚麼，這個團好像不錯阿。這樣子的去。

那邊就不了了知了。

比如說我們甚麼時候在這邊那，通常一個月以前開始宣傳差不多。（B3-I2-Q8-01）

我們那時候也有就是規劃網路上的行銷，比如說會在哪一個網站，就是開始討論，有朋友幫我們寫了網路行銷企畫案，（B3-I2-Q8-02）

<p>(9) 貴團體是否與異業團體進行行銷推廣合作? B2: <u>我們會跟其他的樂手合作，想今天的那兩位，剛剛講的 Horn Concerto 就有請法國號，然後我們也有跟歌手合作也有中阮，舞者有一次表演商業演出有。</u> B2: <u>都是丟企劃書給學校的藝文中心，偶爾也是有拉學校會找，大部份是丟企劃書。</u> B3: <u>我們並沒有與特定的樂團體進行推廣但是我們常常跟不同的樂手合作，我們音樂會會邀請不同的特別來賓，歌手阿其他的樂器。</u></p>	<p>我們會跟其他的樂手合作，想今天的那兩位，剛剛講的 Horn Concerto 就有請法國號，然後我們也有跟歌手合作也有中阮，舞者有一次表演商業演出有。 (B2-I2-Q9-01) 都是丟企劃書給學校的藝文中心，偶爾也是有拉學校會找，大部份是丟企劃書。(B2-I2-Q9-02) 我們並沒有與特定的樂團體進行推廣但是我們常常跟不同的樂手合作，我們音樂會會邀請不同的特別來賓，歌手阿其他的樂器。(B3-I2-Q9-03)</p>
<p>(10) 網路社羣的經營定位與目標? B4: <u>我決定應該就是會想說，就是利用比如說：我們是用 facebook 因為在以前沒有 facebook 的時代，就沒有辦法用這種 因為你知道網路 就無遠弗屆的狀態 當然會希望用這個社群網站就去增加更多人知道我們這個樂團然後他們喜歡這個音樂之外，它可能是我們的粉絲阿 或是會關注一下我們的訊息。他可能今天沒辦法來聽 留言跟我們說 說他想要買 CD 要怎麼購得甚麼之類的 就是讓更多人知道這個團體。</u></p>	<p>我們是用 facebook 因為在以前沒有 facebook 的時代，就沒有辦法用這種 因為你知道網路 就無遠弗屆的狀態 當然會希望用這個社群網站就去增加更多人知道我們這個樂團然後他們喜歡這個音樂之外，它可能是我們的粉絲阿 或是會關注一下我們的訊息。(B4-I2-Q10)</p>
<p>(11) 對網路社羣經營的未來規劃與遠景? B4: <u>當然會希望粉絲變得更多，然後就是更多人在關注這些，因為它那個不是都可以看說這禮拜來多少人，或是這張照片有多少人看過，但是她沒點讚，但是她看過，我也知道這張照片有多少人看。(江：他會重覆去看，哪比例就不對拉) 可是那你就會知道 哪以重類型的我們。 (張：妳會去研究這種事情阿) 恩恩我要看這個阿，就是看說他們比較喜歡我們怎麼樣子，可能大家都喜歡搞怪的照片，就比較多人點進去看。</u></p>	<p>當然會希望粉絲變得更多，然後就是更多人在關注這些，因為它那個不是都可以看說這禮拜來多少人，或是這張照片有多少人看過，但是她沒點讚，但是她看過，我也知道這張照片有多少人看。(B4-I2-Q11-01) 其實官方網站這件事情(</p>

<p>(然後多次點進去看)</p> <p>就是你會看到有人看過，可能點進去可能就四百多。就是看那張照片但他不一定會點讚，對。就你會知道說粉絲喜歡我們那一型的樣子，對。</p> <p>B3：哪一型?B4 那時候不是拍，海賊王的那個嘛，就是我們大家都帶那個海賊王的帽子那個就很多人看。</p> <p>B3：怎麼會這樣，明天再去買一頂鹿的帽子。</p> <p>B4:拍來給大家看。</p> <p>B3：<u>其實官方網站這件事情（可是大家都在用 facebook）本來就是 toshi 在管理，我不知道他管理到哪裡，然後好像某件事情發生了一點狀況（就停了一陣子）對就沒在更新，我事實上不太，現在的我不太確定，大部分的人喜歡，還是喜歡去官方網站去看東西還是他們喜歡到臉書。</u></p> <p>B4：（我喜歡看 facebook）</p>	<p>可是大家都在用 facebook</p> <p>）本來就是 toshi 在管理，我不知道他管理到哪裡，然後好像某件事情發生了一點狀況（就停了一陣子）對就沒在更新，我事實上不太，現在的我不太確定，大部分的人喜歡，還是喜歡去官方網站去看東西還是他們喜歡到臉書。</p> <p>（B3-I2-Q11-02）</p>
<p>（三）藝術市場開發</p>	
<p>（1）台灣社會民眾對貴團體的演出形式接受度如何?</p> <p>B2：<u>你知道我們表演的話台下的觀眾因該是都還不錯阿，都還覺得，因該反應都還不錯吧。</u></p> <p>B1：<u>這個問我們有點尷尬的我們自己說，只能說，應該還可以。</u></p> <p>B3：<u>我覺得來聽的聽眾都很喜歡把 因為像我們的專輯在演出後買都賣都賣得很好</u> <u>我覺得這是一個，喜歡我們的的証據（f 對就是證據）。</u></p> <p>因為畢竟 看到互動阿這些 音樂對話。</p> <p>B4：因為我們的音樂就是有 toshi 他是日本人 但是他們會編一些跟台灣有關的事情，譬如說什麼客家的民謠，他就很喜歡這種類型，他就拿來編。歌仔戲阿。 那就變成說，那就是台灣人有聽的歌，然後都溶入到我們的音樂裡面之後他們都還滿喜歡的 然後他們就那個算 CD 有點被壓到到有點刮痕，他們還是會把他原價買回家那個狀況，可能是因為他們還就是還滿可以接受我們的模式。</p>	<p>你知道我們表演的話台下的觀眾因該是都還不錯阿，都還覺得，因該反應都還不錯吧。（B2-I3-Q1-01）</p> <p>這個問我們有點尷尬的我們自己說，只能說，應該還可以。（B1-I3-Q1-02）</p> <p>我覺得來聽的聽眾都很喜歡把 因為像我們的專輯在演出後買都賣都賣得很好 我覺得這是一個，喜歡我們的的証據（B3-I3-Q1-03）</p> <p>因為我們的音樂就是有 toshi 他是日本人 但是他們會編一些跟台灣有關的事情，譬如說什麼客家的民謠，他就很喜歡這種類型，他就拿來編。歌仔戲</p>

	<p>阿。那就變成說，那就是台灣人有聽的歌，然後都溶入到我們的音樂裡面之後他們都還滿喜歡的 然後他們就那個算 CD 有點被壓到到有點刮痕，他們還是會把他原價買回家那個狀況，可能是因為他們還是還滿可以接受我們的模式。(B4-I3-Q1-03-04)</p>
<p>(2) 貴團體透過何種方式培養新的觀眾族群? B2：<u>基本上我們不會去想這個問題，就是沒有作 market 的這部份，沒有去基本上就是很自然的發生就是要策劃音樂會，有時候也許會去宣傳一下，也許會拍一些，因為我們有品質專業也會拍一些影片阿，之前去日本也有印那種酷卡，或者是放在一些地方，譬如說誠品阿或是一些咖啡館，大概有時候會做這種 market。</u> B3：<u>我覺得我們就是盡量能夠在網路上，更新一些我們的資訊跟影片巴，那因為我有曾經接過表演他們是在網路上面看到我們，他們搜尋網路看一些新的音樂 然後找到我們的音樂覺得很特別，然後來邀請我們去演出。</u> 對 那因為預算關係所以我們無法做出 DM 海報宣傳 f (太窮苦)。</p>	<p>基本上我們不會去想這個問題，就是沒有作 market 的這部份，沒有去基本上就是很自然的發生就是要策劃音樂會，有時候也許會去宣傳一下，也許會拍一些，因為我們有品質專業也會拍一些影片阿，之前去日本也有印那種酷卡，或者是放在一些地方，譬如說誠品阿或是一些咖啡館，大概有時候會做這種 market。(B2-I3-Q2-01)</p> <p>我覺得我們就是盡量能夠在網路上，更新一些我們的資訊跟影片巴(B3-I3-Q2-02)</p>
<p>(3) 貴團體透過何種機制瞭解藝術群眾的興趣、態度與參與動機? B2：<u>我們在第一次辦音樂會的時候曾經有做過問卷，之後就沒有。</u> B1：<u>其實是說我們是比較不會管聽眾想聽甚麼，我們就做我們要的。</u></p>	<p>我們在第一次辦音樂會的時候曾經有做過問卷，之後就沒有。(B2-I3-Q3-01)</p> <p>其實是說我們是比較不會管聽眾想聽甚麼，我們就做我們要的。(B1-I3-Q3-02)</p>

(四) 財務策略	
<p>(1) 貴團體的主要收入來源分配比例為何? <u>B1：最主要的收入主要是一些商業演出。比例很難講。</u> <u>B2：商業演出佔大部份，大概佔八成吧!剩下的大概就是 CD 的販售。</u> <u>B1：其實 CD 的販售是還蠻重要的一個，因為有時候譬如說去大學校園演出甚麼的，CD 還蠻種要的。</u> <u>B3：沒有任何機制，就是誤打誤撞 試試看。</u></p>	<p>最主要的收入主要是一些商業演出。比例很難講。 (B1-I4-Q1-01) 商業演出佔大部份，大概佔八成吧!剩下的大概就是 CD 的販售。(B-I4-Q1)</p>
<p>(2) 貴團體的財務開支分配比例為何? <u>B2：大部份是如果說在沒有專輯製作的時候大部分是用來支付樂手的演出費用，那如果有錄製專輯的話那，像印刷那製作成本就會蠻高的再來就是，這個是大概百分之八十都是，就是種演出的費用，不算人事因為這是演出費用就對了，少部份是一些，人事費用大概是也是要製作專輯的時候才會產生，就是才會有我們要請外面的設計，請一些其它的文案這類的，交通費那些其實的都很少，大部份是樂手演出的費用。</u> B3:比例不知。團得收入是商演，還有一些贊助，比例不知。難怪這個團一直這樣子，沒有一個 Business</p>	<p>大部份是如果說在沒有專輯製作的時候大部分是用來支付樂手的演出費用，那如果有錄製專輯的話那，像印刷那製作成本就會蠻高的再來就是，這個是大概百分之八十都是，就是種演出的費用，不算人事因為這是演出費用就對了，少部份是一些，人事費用大概是也是要製作專輯的時候才會產生，就是才會有我們要請外面的設計，請一些其它的文案這類的，交通費那些其實的都很少，大部份是樂手演出的費用。(B2-I4-Q2)</p>
<p>(3) 貴團體與政府的政策補助申請合作方式? <u>B2：專輯沒有，去日本有 2010 年我們有拿到新聞局的，就是它有補助海外的音樂活動。</u> B1：那時候有參加四國的德島得一個爵士音樂節 B2：日本德島，就是寫企劃書然後他補助這樣子，專案補助。 <u>我們只申請一次專輯製作，那是跟市政府，那沒有通過。</u> B1：補助的還是以流行、古典的比較多。</p>	<p>專輯沒有，去日本有 2010 年我們有拿到新聞局的，就是它有補助海外的音樂活動。我們只申請一次專輯製作，那是跟市政府，那沒有通過。 (B2-I4-Q3-01) 我覺得那不是問題阿，因為全部都是古典的阿，那</p>

<p>B2：通通都是古典的。</p> <p>B1：我們爵士的還蠻弱勢的。</p> <p>Q 專業企劃寫文案</p> <p>B2：<u>我覺得那不是問題阿，因為全部都是古典的阿，那個就是代表他們的，評審委員也是古典的阿，就代表他那個機制有問題，我已經打電話去 complain 過了。因為他大部份是找大學教授，對阿他就問我有沒有推薦爵士方面的我就 xx 老師推薦，也許下年度就有，就是這樣因為很莫名其妙，好像有很多件，你可以上網查，因為他是公開的好像是，幾百件通過八十幾件，然後全部都是古典的我覺得有點誇張，台北市政府。</u></p> <p>B1：基本上他們只會選他們聽得懂得音樂把。</p> <p>B3：有。我們之前有申請出國 去日本表演的那個補助。然後我們也有申請專輯補助但是沒有得到。</p>	<p>個就是代表他們的，評審委員也是古典的阿，就代表他那個機制有問題，我已經打電話去 complain 過了。因為他大部份是找大學教授，對阿他就問我有沒有推薦爵士方面的老師（B2-I4-Q3-02）</p>
<p>（4）貴團體與民間企業的合作模式？</p> <p>B3：<u>那以民間企業贊助的話就是親朋好友，親戚贊助。toshi 的阿姨贊助我們專輯然後親戚爸媽，fifi（大家來買我們的專輯）上一張專輯 我爸媽贊助兩萬，我舅舅他們贊助六千，第一張 toshi 她阿姨贊助五萬，然後第二張專輯 toshi 阿姨贊助十萬。</u></p> <p><u>但是我們目前有跟一個公司算是合作，那他們就是在幫我們寫一些企劃案投到政府表演的機構去，作企業贊助，但是還沒看到結果。</u></p> <p>B3：<u>那個公司是亞斯音樂藝術 ARS MUSIC然後他也是一個算是接表演得公司。</u></p> <p>江：藝術經紀之類的。</p> <p>B3：類似那樣子，那他們就是覺得我們的團，很特別然後喜歡我們音樂跟我們團表現出來的形象，我覺得我們的團表現出來的形像滿（Lohas）的。然後有一點日本的，一點點的無印良品風（F 對他們兩個，都很像）那就是一些比較文青的人阿或者是一些（F 心理需要被治療的人）譬如那說像，我們很適合簡單生活節，這類型型的表演或是學學文創，類似那一種的風格拉，自己覺得。</p>	<p>那以民間企業贊助的話就是親朋好友，親戚贊助。但是我們目前有跟一個公司算是合作，那他們就是在幫我們寫一些企劃案投到政府表演的機構去，作企業贊助，但是還沒看到結果。公司是亞斯音樂藝術 ARS MUSIC然後他也是一個算是接表演得公司。（B3-I4-Q4）</p>

(五) 創新音樂模式

(1) 創新演出型態的成員如何組成?

B1：就是怎麼找樂手，我個人是在這個樂團裡面是我很喜歡做的事情是，我比較不太喜歡就是太完整的樂器，比如說鋼琴，因為他的音域非常廣，它可以同時彈 bass，或者是說爵士鼓有很多的音色在，因為我們譬如說像吉，它他就是沒有辦法邊彈旋律編彈和絃對，然後大提琴也是它也沒有辦法談和絃他也是這一個線條的樂器，那口琴也是它只是一個旋律的樂器，我就是很喜歡這種樂器，但是我不想要限制住說吉他一定要伴奏或是大提琴只有 bass 這個角色口琴只有這個旋律，我喜歡就是這樣有些三個人的角色就是這樣換來換去的，這個是我們的編曲比較有特色的部分。

二胡加入是因為木吉他是代表比較藍調的東西然後大提琴是古典的，我的口琴是比較偏爵士，當時我就想說再跨到國樂圈因該是很有趣這樣子。其它的就是胡琴的音色跟大提琴比柔和，變成就是我在最上面的時候他們可以再中間那一塊可以補助那個口琴的旋律這樣子。

B2：本來我們這個樂團只有三個人，就是口琴 吉他跟大提琴然後我們就這樣組了三年之後 toshi 就是覺得他想要創新我們實材 然後在想那再加一個人 本來我們最出想的是加 Vocal 本來是要加史茵茵， 然後那時候就不太確定 然後後來就沒有加了然後後來就加了二胡。

那我們的樂團事實上就是說跟任何一個樂器或是團體搭再一起都可以。

像是踢踏舞阿或者是鋼琴阿 Vocal，法國號阿中國笛薩克斯風都可以。對阿我們跟任何的樂器都可以搭配，木箱鼓那。

我個人是在這個樂團裡面是我很喜歡做的事情是，我比較不太喜歡就是太完整的樂器，比如說鋼琴，因為他的音域非常廣，它可以同時彈 bass，或者是說爵士鼓有很多的音色在，因為我們譬如說像吉他，它就是沒有辦法邊彈旋律編彈和絃對，然後大提琴也是它也沒有辦法談和絃他也是這一個線條的樂器，那口琴也是它只是一個旋律的樂器，我就是很喜歡這種樂器，但是我不想要限制住說吉他一定要伴奏或是大提琴只有 bass 這個角色口琴只有這個旋律，我喜歡就是這樣有些三個人的角色就是這樣換來換去的，這個是我們的編曲比較有特色的部分。
二胡加入是因為木吉他是代表比較藍調的東西然後大提琴是古典的，我的口琴是比較偏爵士，當時我就想說再跨到國樂圈因該是很有趣這樣子。(B1-I5-Q1-01)

本來我們這個樂團只有三個人，就是口琴 吉他跟大提琴然後我們就這樣組了三年之後 toshi 就是覺得他想要創新我們實材 然後在想那再加一個人 本來我們最出想的是加 Vocal 本來是要加史茵茵， 然後那時

	<p>候就不太確定 然後後來就沒有加了然後後來就加了二胡。</p> <p>那我們的樂團事實上就是說跟任何一個樂器或是團體搭再一起都可以。</p> <p>(B2-I5-Q1-02)</p>
<p>(2) 創新演出的創作手法?</p> <p>B1：<u>有時候我就是會很喜歡叫二胡拉得很不像二胡，口琴不像口琴，吉他也是，大提琴也是，好像就是我就是很喜歡做他們平常不做的事情。</u></p> <p>B3：<u>創新演出的創作手法可能就是我們會編，會找找不同的曲風的曲子來演奏，我們曾經編過 Beatles 的類似曲，算是組曲，因為就是把 Beatles 的 toshi 很喜歡的披頭四的音樂 那他把他的可能是某一個，某一首歌的和絃進行或是某一首歌的bassline 某一首歌的間奏的弦律 或是某一首歌把他這樣子接起來變成一首歌，或者是我們也改編一些 Tango 的歌阿 客家民謠阿台灣民謠阿 國樂曲阿。</u></p> <p><u>古典樂的曲子阿我們曾經改變過巴哈小步舞曲，把它變成爵士版，然後還蕭邦的小夜曲阿然後或是兒歌阿小星星 童謠 民謠望春風 節慶歌曲 聖誕歌。</u></p> <p>那有的時候我們假如說：是跟歌手合作的時候 toshi 就不一定是吹口琴拉可能會彈 BASS 或是打 Cajon 阿（木箱鼓）</p>	<p>有時候我就是會很喜歡叫二胡拉得很不像二胡，口琴不像口琴，吉他也是，大提琴也是，好像就是我就是很喜歡做他們平常不做的事情。（B1-I5-Q2-01）</p> <p>創新演出的創作手法可能就是我們會編，會找找不同的曲風的曲子來演奏，我們曾經編過 Beatles 的類似曲，算是組曲，古典樂的曲子阿我們曾經改變過巴哈小步舞曲，把它變成爵士版，然後還蕭邦的小夜曲阿然後或是兒歌阿小星星 童謠 民謠望春風 節慶歌曲 聖誕歌。（B3-I5-Q2-02）</p>
<p>(3) 創新演出團隊的多元價值如何界定?</p> <p>B2：<u>當然作為，我們就是想要跨界，會有不同的風格，會有像之前有民謠的風格，也有爵士，爵士是大部份，這一張迷迭香，大部份是各國民謠改編，基本上我們考慮的也許有一點點族群認同，或是說因為我們也是有試著有創作一些跟客家有關的曲子，也有創作歌仔戲剛剛也有演歌仔戲的旋律，基本上還是考慮音樂比較多當然是希望能夠容納更多的在地元素在裡面。</u></p> <p>B4：就人家看我們可能就覺得我們很多元阿，因</p>	<p>當然作為，我們就是想要跨界，會有不同的風格，會有像之前有民謠的風格，也有爵士，爵士是大部份，這一張迷迭香，大部份是各國民謠改編，基本上我們考慮的也許有一點點族群認同，或是說因為我們也是有試著有創作一些跟客家有關的曲子，也</p>

<p>為你看就是把西樂跟國樂合再一起，然後就不只是樂器 就譬如說 因為我們剛剛不是講說我們是爵士的跨界團體，所以我們演的大部分都是，譬如說就算演的是就算演的是國樂改編曲也是用就是爵士的和絃去搭配，所以就是這兩種東西搭配再一起時候，就是會又湊出新的樂曲演奏方式，所以大家就覺得說我們不止是演奏他們常聽到的那些歌，然後又融入了別的元素在裏面，所以就覺得就是還滿特別的也很新 聽起來很新。</p> <p>B3：或是（奧特力 媽司的抹的）編曲可是我們用我們的樂器來做他的編曲</p>	<p>有創作歌仔戲剛剛也有演歌仔戲的旋律，基本上還是考慮音樂比較多當然是希望能夠容納更多的在地元素在裡面。</p> <p>（B2-I5-Q3）</p>
<p>（4）創新團隊領導者的個人特性？</p> <p>B1：<u>我個人就是很喜歡別人想不到的東西拉，像之前我不知道，因該怎麼說，像我們樂團的組合外面也是找不到吧一模一樣的組合</u>，那時候自己想要組團的時候我就是不想要鼓，吉他，bass，鍵盤不知道耶就是這個組合就是太常看見了，所以我自己做的時候就很喜歡選就是比較特別的樂器，但是我覺得他這個還是有很多辛苦的地方，因為沒有東西可以參考，當初編曲真的會常常遇到瓶頸，就是不知道該怎麼突破找到新的手法，我覺得合作久了慢慢有一些靈感，對阿，我覺得後來自己再回去聽，有些東西真的很特別，好有趣。</p> <p>B4：隨和的人</p> <p>B3：<u>拒絕發言，他是因為我覺得他，畢竟他是一個日本人那我覺得跟然後他又在美國受教育，所以有一些想法他還蠻而且他，我覺得他是個很直接的人，所以他有時候看事情 是看很直接的那一面。很單純的那一面，譬如說他會覺得 叫（凹特利）的歌就是秋天演出，他就說這個時節就是適合演奏這首歌。所以我們第一首創作曲本來叫作 Mr. Summer 夏天，因為他是在暑假的時候寫的這首歌 然後後來他就覺得如果叫 Mr. Summer 就只有夏天才能演奏，冬天就不能演了，所以就要把它改名。</u></p> <p>然後他不會想說夏天的歌在冬天演的時候要</p>	<p>我個人就是很喜歡別人想不到的東西拉，像之前我不知道，因該怎麼說，像我們樂團的組合外面也是找不到吧一模一樣的組合</p> <p>（B1-I5-Q4-01）</p> <p>畢竟他是一個日本人那我覺得跟然後他又在美國受教育，所以有一些想法他還蠻而且他，我覺得他是個很直接的人，所以他有時候看事情 是看很直接的那一面。</p> <p>（B3-I5-Q4-02）</p>

怎麼講，就是因為冬天很冷所以我們要為大家帶來一首充滿夏天的歌曲，他沒有辦法這樣想，他就想說冬天就不能演了所以要把它改名，就他的想法是很單純很直接的就是有的時候有點片面但是還 還滿可愛的拉。

B4 就像個孩子

(5) 對台灣目前的藝文生態有何看法?

B2：比較熟悉當然就是音樂方面，我覺得還不錯阿台灣相對來講我感覺上對獨立製作樂團還蠻有善的，表演唱地很多，想要表演的也很多，政府也有很多雖然不見的有用啦，但是還是有作一些音樂…，最重要的是觀眾還蠻能接受的。

B4 嘆氣，窮苦忙碌但是錢很少。

江：我知道你們都還有其他的團體

B3：每個人都有很多團體。因為我覺得每一個團都需要經營，你不去經營就是沒有每個禮拜去練團的那種團絕對撐不下去。我真的覺得現在的團如果不，沒有每個禮拜或每兩個禮拜。

沒有持訓練團的團，很難撐因為他沒有再一起他們就不會討論說我們要怎麼繼續，然後他們就會很被動的等演出來找他們可是問題是你如果不主動的去一些地方表演的話你沒有一些記錄或影片，在人家有的時候可能會開始是因為你個人的人脈關係認識的。你可以遞出去，除了那個之外的話你還要人家來去找尋到或聽到聽說甚麼的話，你根本沒有任何的記錄會非常困難的去經營，因為我就是有團是這樣子的，明明覺得那個團很有遠景然後我也很愛，可是因為我們就是沒有去經營然後大家都會覺得說錢很難賺，然後又沒有人想要做沒有錢的表演，因為我們的團常常作錢不多的表演 可是我們會把演出分成甚麼是我們身為一個玩團的人應該做的事情，跟甚麼是賺錢做的事情，你以商業跟你音樂的的精神覺對是要分開的你一個團才有辦法生存，所以你如果覺的錢少你就不去做這件事情的話那你就準被解散了這是我個人的感覺啦。

比較熟悉當然就是音樂方面，我覺得還不錯阿台灣相對來講我感覺上對獨立製作樂團還蠻有善的，表演唱地很多，想要表演的也很多，政府也有很多雖然不見的有用啦，但是還是有作一些音樂…，最重要的是觀眾還蠻能接受的。（B2-I5-Q5-01）

每個人都有很多團體。因為我覺得每一個團都需要經營，你不去經營就是沒有每個禮拜去練團的那種團絕對撐不下去。我真的覺得現在的團如果不，沒有每個禮拜或每兩個禮拜。（B3-I5-Q5-02）

(6) 創新形態的音樂演出團隊如何提升作品的藝術價值?

B1：我覺得還是音樂就是要，不要太…一些音樂的潮流就是還是就自己音樂理念想法為主做自己的音樂，作專輯。

B2：藝術價值這種東西，你越去想它越沒有。就像 toshi 說的就是做喜歡的東西做的好然後自然，不斷的把自己喜歡的東西做出來，也許你就挖到自己的..藏在裡面的價值。你是這個意思嘛。

B1：應該也是一樣吧!我覺得就是要自己要多發表、發行自己的作品，就是發表你的一些比較有創意的，不是商業演出就是自己的一個，就是創作的那種音樂會或者是專輯，那你做這些東西，你自己就會有更多的想法那你教學生的時候也會有很多的想法拉，我覺得是這樣子。一個一個認真的去面對學生要的東西慢慢的學生會喜歡你阿。

B3：因為我覺得現在的人都已經接受到太多不同的訊息，因為電腦太發達了拉網路太發達了，你隨變要看甚麼新的東西，人家一 p o 你點進去看，然後這人怎麼這麼利害我看過一個女生，拉小提琴然後鋼琴在這邊旁邊還古箏，（對我知道這個人）超厲害。

所以就是如果很害羞要等者人家默默來發覺你的話 事實上我覺得我們就是太保守了，我們四個人聚在一起的時候還滿保守的就是，

B4：但我們分開。

B3：那我覺得說要怎麼提升你的藝術價值呢，但是有時候會覺得說默默在做一些東西要等著人來發覺實在有點慢 可是我會覺得我們的音樂事實上還滿耐的，雖然沒有引起洪水可是一條小小的心應該還是～～徒然有點害羞。

覺得說我們的團再跨界這一方 那天我去跟唱片公司談的時候 他有說就是他們現在在台灣會關注的三個團體，一個就是絲竹空，一個就是世界軌跡另外一個就是我們然後我覺得說當然這三個團的經營模式，我們的團算是

我覺得還是音樂就是要，不要太…一些音樂的潮流就是還是就自己音樂理念想法為主做自己的音樂，作專輯。應該也是一樣吧!我覺得就是要自己要多發表、發行自己的作品，就是發表你的一些比較有創意的，不是商業演出就是自己的一個，就是創作的那種音樂會或者是專輯，那你做這些東西，你自己就會有更多的想法那你教學生的時候也會有很多的想法拉，我覺得是這樣子。（B1-I5-Q6-01）

藝術價值這種東西，你越去想它越沒有。就像 toshi 說的就是做喜歡的東西做的好然後自然，不斷的把自己喜歡的東西做出來，也許你就挖到自己的..藏在裡面的價值。（B2-I5-Q6-02）

<p>最散漫的拉，因為我們真的是沒有任何人來幫我們，絲竹空他們有請行政，他們是一個有規模有組織的一個團體所他們有辦法發展得很大，那世界軌跡呢因為馬丁的老婆有幫忙做行政，那我們事實上就是我們自己必須要擔負這責任，所以我覺得以我們這樣子 四個人這樣分著有的時候徒然我做很多有時候程明做很多然後我們就會覺得很生氣，然後可能大家再一起就是開會的時候不爽一下這樣講一講然後大家也就阿呀好拉好拉，然後我就好啦。繼續還是撐下去我們的團已經，經營到現在已經快要七年了，她陪者我長大（沒有啦）</p>	
<p>Q2 對獨立製作有甚麼看法嗎? B1：<u>應該是說我們會甚麼事，因為我們其實曾經也是有，自己有些機會也是跟比較有行政能力的唱片公司有簽約甚麼的，有時候我們也會聽到就是，恩因為如果是你要跟大的公司譬如說簽約那你也會其實也會被限制住，就是唱片公司的意願那我不知道他們其他的樂手，但是我自已是我還是希望這個樂團做的東西是我們想要做的東西，我們想要的音樂，所以就是我覺得我還蠻開心我們現在是獨立製作，那我們就是自己做的東西就是沒有很委屈拉，就是都是我們自己喜歡的音樂，自己喜歡編曲，就是我們兩張的每一首歌我自己是非常喜歡拉，我不知道他們哈哈。</u></p>	<p>應該是說我們會甚麼事，因為我們其實曾經也是有，自己有些機會也是跟比較有行政能力的唱片公司有簽約甚麼的，有時候我們也會聽到就是，恩因為如果是你要跟大的公司譬如說簽約那你也會其實也會被限制住，就是唱片公司的意願那我不知道他們其他的樂手，但是我自已是我還是希望這個樂團做的東西是我們想要做的東西，我們想要的音樂，所以就是我覺得我還蠻開心我們現在是獨立製作，那我們就是自己做的東西就是沒有很委屈拉，就是都是我們自己喜歡的音樂，自己喜歡編曲，就是我們兩張的每一首歌我自己是非常喜歡拉，我不知道他們哈哈。（B1-M-Q2）</p>

訪談對象編號 C1、C2

訪談日期與時間：101 年 12 月 15 下午 14:45-16:15

訪談地點：HERE CAFE & DELI

訪問方式：開放式訪談錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
(一) 經營面	
<p>(1) 成立宗旨 C2 <u>沒甚麼宗旨他喜歡的音樂阿，他有創作就有產品要買對阿。</u></p>	沒甚麼宗旨他喜歡的音樂阿，他有創作就有產品要買對阿。(C2-I1-Q1)
<p>(2) 經營特色與經營理念為何? C2 <u>我覺得特色，要經營也是因為我覺看到他的東西是台灣好像沒有人做過的東西，所以我覺得那是他的特色音樂。</u> <u>那經營理念我覺得是，也是一邊學一邊作，對阿，然後用台灣的音樂既有的一個方向然後在去慢慢擴展 開發一個新的市場，演奏市場也是新的一些小眾市場。</u> C1 經營的特色：<u>所以要維持一種品質，要一直做新的東西，是為了觀眾也是為了樂手，因為我的樂手都非常好只都是朋友，我偶爾也有給他們新的東西，這也是一個蠻重要的點，我也常常聽到其他，團玩膩了要走，我們目前是一陣忙拉！，目前這四位已經回來了，感覺就很好因為他們也喜歡，所以他們也很用心的做這個音樂也很期待下次會有什麼東西，這責任其實在我這邊，只是我要確定音樂可以一直在改變可以越來越好，給他們越來越好的機會，像是出去國外，像爵士音樂節，這是我們新的計畫，希望在亞洲，我覺得瑩荻很厲害啊還有用 FB 來保留粉絲的注意力，我們現在我覺得如果是用很流行音樂想法來看，其實妳的行銷都很重要阿，可是如果是爵士藝文音樂 音樂做好就是百分之六十，因為你不一定要上架子嘛！流行音樂好像需要名氣，好像要上報紙才有人氣，跟女朋友分手，就能上報紙，這都是音樂以外的事情，我們不用阿 我們只要做好的音樂，然後就是給他們驚喜的東西它們就會跟著我。</u></p>	台灣好像沒有人做過的東西，所以我覺得那是他的特色音樂。(C2-I1-Q2-01) 那經營理念我覺得是，也是一邊學一邊作，對阿，然後用台灣的音樂既有的一個方向然後在去慢慢擴展 開發一個新的市場，演奏市場也是新的一些小眾市場。(C2-I1-Q2-02) 所以要維持一種品質，要一直做新的東西，是為了觀眾也是為了樂手。(C1-I1-Q2-03)

<p>(3) 是否先進行內外部的環境分析?</p> <p>C2 <u>內部我覺得分析你可以問他，如果以行政方面來講，其實~內部 我是…內部的話，我們那個對環境分析的話我們的網站還有我們的文宣，我是用這方面然後用這些來著手，就是一些企劃方面，對對對。我們都有作一些 project 那外部的部分那時候我有做過看一些台灣的一些大部份作藝文團體是怎麼作，那其實都是滿類似的對外就兩種嘛一種就是對政府的補助阿類似這些，另外就是商業演出阿或小型演出阿，然後再來其實因為我們也沒有很多的一些費用，所以我們對比較商業的一些環境我們比較不會去接。</u></p> <p>C1 意思就是先去看這個市場有什麼音樂然後我們會做什麼音樂?也不太會，只是我有點故意不太會用國樂，因為絲竹空的關係，而且我覺得也不是很適合，我們也跟二胡合作過，這個影片就有阿，董藍，可是其實不太會如果沒有絲竹空，我覺得比較是因為絲竹空的關係我才會做 ORBIT FOLKS，因為我覺得有給我想現在要跨界這個，因為加入絲竹空我就覺得跟其他的不同樂器合作我覺得蠻酷的蠻好玩的，其他的我覺得不會去管有什麼，也許在全世界上面會稍微看一下（米穴兒哈比漢那）也一個爵士貝斯手他也是爵士民主音樂以色列音樂，因為他是以色列人，也不會去模仿阿，也不會去說我要跟他做一樣的東西，只要妳聽過然後喜歡一定會被影響，所以稍微在今天在全世界有什麼音樂其實民族爵士有蠻多團出來的是一個新的東西，可是我們也沒有在模仿，</p> <p>另外一個要去參考的就是，比較是比如說我們製作的錄音，錄音的品質，比較是用模仿的，你要有一種水準可能要去看看一下國外的，或是妳喜歡聽得一些東西，他們的音質，這個有些會直接去聽一些其他的。</p>	<p>行政方面來講內部的話，我們那個對環境分析的話我們的網站還有我們的文宣，我是用這方面然後用這些來著手，就是一些企劃方面，外部的部分那時候我有做過看一些台灣的一些大部份作藝文團體是怎麼作，那其實都是滿類似的對外就兩種一種就是對政府的補助阿類似這些，另外就是商業演出或小型演出，然後再來其實因為我們也沒有很多的一些費用，所以我們對比較商業的一些環境我們比較不會去接。（C2-I1-Q3-01）意思就是這個市場有什麼音樂我們會做什麼音樂?也不太會，只是我有點故意不太會用國樂。（C1-I1-Q3-02）</p>
<p>(4) 組織結構（行政、藝術、技術人員）</p> <p>C2 <u>那組織結構的話其實很簡單行政大部份都是</u></p>	<p>組織結構的話其實很簡單行政大部份都是我再幫他</p>

<p><u>我再幫他弄，對！，音樂的話大概都是他，所以其實我們算是很分工的，我們其實不太會干擾，他作他的我做我的。技術人員那都外請。</u></p>	<p>弄，音樂的話大概都是他，所以其實我們算是很分工的，我們其實不太會干擾，技術人員那都外請的。（C2-I1-Q4）</p>
<p>（5）人力資源管理（人才培養：專職、兼職、義工）</p> <p><u>C2 我覺得大部份的樂手都是兼職的吧，可能還沒有辦法能力養全職的樂手，再來那因為爵士圈裡面的我覺的那個形態比較不太一樣，我希望今天爵士圈，爵士圈子裡面的東西因為大家都很有自由在做自己的東西，它不像古典它在一個領域裏面它可以慢慢去培養這樣子，就像那個交響樂團它可以全職，所以我覺得爵士不可能全職，結構不一樣都還滿難的，對阿，我覺得樂手都是兼職的都做 project，然後義工的話就看我們的 project 如果大型的話就我們都會有義工，其實我們這邊自己有一群義工群，就是已經有底下有幾個，就是對我們樂團非常非常支持所以我一發消息他們都馬上，就有點像粉絲類似這樣子他們都會滿義務幫忙的已經有一群這樣子小小的。</u></p>	<p>我覺得大部份的樂手都是兼職的吧，可能還沒有辦法能力養全職的樂手，再來那因為爵士圈裡面的我覺的那個形態比較不太一樣。（C2-I1-Q5-01）</p> <p>義工的話就看我們的 project 如果大型的話就我們都會有義工，其實我們這邊自己有一群義工群，就是已經有底下有幾個，就是對我們樂團非常非常支持所以我一發消息他們都馬上。（C2-I1-Q5-02）</p>
<p>（二）行銷策略</p>	
<p>（1）製作與演出流程安排的基本理念為何？</p> <p><u>C2 這也是要問他因為，他是作音樂的製作，我覺得這個你可以問他，然後演出流程安排…，有時候流程安排有時候我們會雙方討論或跟樂手一起討論…那其實他是製作人他有他的，他有一個他的製作方向跟想法，像他去年就用絃樂，他想用管絃樂放到專輯裡面，明年的話他是要用他是要用打擊概念加到非洲音樂裡面所以已經有一個大方向，他再來就是他要怎麼去安排那些曲目，那演出流程你是說從製作到演出的這段時間嗎？要看因為如果說這是一個比較大型的一個 project 大概流程因該都會抓六個月到八個月像現在我們要做明年我們是要做一個 project，那已經跟場地弄場地還有製作 project 現在比較大概的想法我們大概從今年八、九月就開始了有想法然後，因為我是訂大概九個月吧，因為開始有想法開始要，要</u></p>	<p>有時候流程安排有時候我們會雙方討論或跟樂手一起討論…那其實他是製作人他有他的，他有一個他的製作方向跟想法（C2-I2-Q1）</p> <p>譬如說現在有在講一個新的製作，就是跟打擊樂團合作，那先要有自己的想法…然後也是會覺得是另外一種，因為還是會考慮民族音樂嘛…所以 OK 常常由一首歌開始，就是你覺得這首一定可以，然後從那一首你就會看得出來其實還有很多首你可以跟</p>

有確定我們到底要表演那些場地然後售票非售票還是大家演出前的半年應該要訂所以現在十二月我現在是希望明年的六月到八月之前因為現在錢不多還沒有下來場地演出都還沒有下來所以還在對然後如果等這些東西沒有問題之後我覺得大概行銷，應該是大概在十一月左右因為這個月就會開始了。

C1 譬如說現在有在講一個新的製作，就是跟打擊樂團合作，那先要有自己的想法 OK，一樣為什麼有這個想法我也不知道，我一直喜歡那個樂團，我有去看過她們現場表演幾次，然後覺得她們很厲害很也可以做的到我們這種節奏上面比較難一點的音樂，然後也是會覺得是另外一種，因為還是會考慮民族音樂嘛，那她們樂器本來不是很民族，可是她們樂器的祖先，因為她們是旋律的打擊樂器因為木琴，那個其實都是從非洲來得，所以我會想，木琴非洲，我一定會有這個聯想，所以還是民族音樂然後反正我還沒有做過很多非洲對我來說也是剛好是一個機會我可以去研究一下，那為什麼我會想到這個製作就是不知道，因該是因為就是她們裡面一個人就是（雅心）她有叫我作一首歌，我幫她寫一首，然後寫完那首我就覺得這首其實我們也可以演，用她們兩個加我們四個或是再多一個鼓手，所以 OK 常常由一首歌開始，就是你覺得這首一定可以，然後從那一首你就會看得出來其實還有很多首你可以跟這個有點像的很像那顆樹。那我們就先寫一個 proposal 怎麼說，反正寫一個文章，已經在介紹這個製作，很多是還沒有的音樂，還沒有寫出來的可是在想像的或是已經有這首歌可是還沒有編等於一個新的編曲，已經可以寫了因為我們腦袋已經有想法了，然後就去交，已經交到一些大學還有，你要問她有（propose）給誰，然後只要有現在其實還沒有百分百這個製作會不會有，因為有可能如果整個找不到，甚麼演出就可能做不出來可是機會很大已經有一個大學就是台南藝術大學說 OK 問題是台南藝術大學本來已經樂器都有了那如果是在其它地方表演，他們打擊樂器的

這個有點像的很像那顆樹。那我們就先寫一個 proposal 怎麼說，反正寫一個文章，已經在介紹這個製作，很多是還沒有的音樂，還沒有寫出來的可是在想像的或是已經有這首歌可是還沒有編等於一個新的編曲，已經可以寫了因為我們腦袋已經有想法了（C1-I2-Q1）

<p>樂器都要帶，那個很麻煩那個很貴，所以整個經費會變高。</p> <p>北藝大一直都沒有甚麼反應好像，...已經有可是有點保守好像對爵士因該是。</p>	
<p>(2) 貴團體是否提供周邊商品，例如：影音出版品，以滿足觀眾需求？</p> <p>C2 有阿<u>其實我們每一年都會作年曆</u>，我本來要拿給你可是已經都發完了，那我們今年是跟一個..我記得是跟一個自閉症的一個畫家然後他的一些畫作然後放在我們的一些製作小卡或者是像我們<u>年曆小卡</u>，還有我們做的那個資料夾，就是一個合作，等於是我們做了一個資料夾推廣他的畫，我們今年大概是資料夾跟年曆小卡都是用他的畫。影音產品的話我們今年年初就有作 DVD 就是把我們去年，因為我們剛好有請人作一整場的錄音，作 DVD 也是一為我們要送案子會比較有完整的資料，所以 DVD 我們就不賣就拿來當贈送</p>	<p>其實我們每一年都會作年曆...年曆小卡，還有我們做的那個資料夾...影音產品的話我們今年，年初就有作 DVD (C2-I2-Q2)</p>
<p>(3) 此類產品銷售管道如何規劃？</p> <p>C2 期時應該大家都一樣嗎?<u>都會找那個大型的管道，代理總經銷的管道，我們第一張就喜瑪拉雅</u>，你知道就倒了嘛，對，那我們這張新的就找<u>所以銷售管道大概分兩個，一個就是我們自己的，那如果是演出現場賣</u>，因為現在的話大家都是演出現場賣比較多，有的會自己跟我們訂，因為<u>大部份</u>，其它的銷售管道就是給風潮他們就會去鋪貨，他們鋪貨，因為他們鋪貨點還滿多的然後之後，因為我們之後也有計畫要把這些產品拿到<u>歐洲去</u>，然後現在歐洲跟法國已經有一個了然後對比利時也會再找一個，可能之後等產品更成熟會拿到國外去發行。</p> <p><u>音樂網站平台 INDIE VOX</u>，還有 CD0002 都有放新的還沒放，可是那些都有，網路上賣都有。</p> <p>網路上有就數位試聽，國內外，國內都有了，國外我們想要慢慢推出來。</p>	<p>會找那個大型的管道，代理總經銷的管道，我們第一張就喜瑪拉雅，所以銷售管道大概分兩個，一個就是我們自己的，那如果是演出現場賣大部份，其它的銷售管道就是給風潮他們就會去鋪貨...我們之後也有計畫要把這些產品拿到歐洲去 (C2-I2-Q3-01)</p> <p>音樂網站平台 INDIE VOX，還有 CD0002 都有放新的還沒放，可是那些都有，網路上賣都有。(C2-I2-Q3-02)</p>
<p>(4) 貴團體的節目票價訂定考量為何？</p> <p>C2 當然也就是一<u>般價格吧!你知道做獨立樂團的</u>，或是做這種比較藝文類的東西，大概價格都是</p>	<p>一般價格吧!你知道做獨立樂團的，或是做這種比較藝文類的東西，大概價格</p>

<p><u>在四百塊到兩百塊之間。</u></p>	<p>都是在四百塊到兩百塊之間。(C2-I2-Q4)</p>
<p>(5) 貴團體是否提供優惠活動?對於整體收入有何影響與效益</p> <p>C2 有阿!當然要,對因為有時候你知道人都是一樣的,都是一樣他寧可你把價錢訂高一點,再來打折他們會覺得比較划算,那如果你是價格打很低的話好像就有丈量的空間,所以也是有這個因素拉,都會作一些優惠活動,或是會有贈品活動。</p> <p><u>應該還好其實要看場次,看我們辦的場次,我們其實還沒有辦到像絲竹空那麼大的本來今年要辦可是因為真的沒有時間,另外收入的話其實一點點影響拉,當你知道你要做這種比較大型的演出,像我們這種小團,想要做這種大型的時候也是我們已經沒有對收入的一些獲益有多大的期待,我們只期待他不要虧錢就好,這是我們最大的期待。</u></p>	<p>都會作一些優惠活動,或是會有贈品活動。(C2-I2-Q5-1)</p> <p>收入的話其實一點點影響拉,當你知道你要做這種比較大型的演出,像我們這種小團,想要做這種大型的時候也是我們已經沒有對收入的一些獲益有多大的期待,我們只期待他不要虧錢就好,這是我們最大的期待。(C2-I2-Q5-2)</p>
<p>(6) 貴團體如何安排演出場次與場地?有那些考量的因素?</p> <p>C2 因為安排場次大部份一開始我們剛出來的時候大概三年多前,我花蠻多時間再收集一些資料,公關公司阿,打電話 e-mail 都有後來其實也是,後來我覺得比較,當然考量因為一開始的話我們演出,因為我們東西不錯的話人家願意,可是一開始因為沒有人氣,所以價格都會比較低一點點,然後比較好是因為,剛好是因為有金曲獎金,所以後來他的整個我們整個演出有表演就會比較多那當然場地跟場次的話就當然是會盡量去安排,一些比較適合的如果價格太低我們也不太願意去,這樣我成本都不夠了這樣對老師也是很不好意思,所以我們大概是有一些就只要是場地 ok 然後價格也 ok 的話我們都會安排,所以頂多考慮的因素價格…也是個考量的因素再來場地它是怎樣的場地,如果是太過商業演出,之前有演出有來問我們說上半場要世界音樂然後下半場我們要一個卡拉 ok,就直接對他說那就再聯絡,因為你還是要幫他們…就覺得跟我們的調性就差很多</p>	<p>有表演就會比較多,那當然場地跟場次的話就當然是會盡量去安排,一些比較適合的如果價格太低我們也不太願意去,這樣我成本都不夠了這樣對老師也是很不好意思,所以我們大概是有一些就只要是場地 ok 然後價格也 ok 的話我們都會安排,所以頂多考慮的因素價格…也是個考量的因素再來場地它是怎樣的場地,如果是太過商業演出,就直接對他說那就再聯絡(C2-I2-Q6)</p>

<p>不可能叫老師做這些事情，所以只要在合理範圍我們都是不太會拒絕，所以這種很不合理不要去。</p>	
<p>(7) 貴團在售票通路規劃的安排為何? C2 <u>現在售票通路大概都是兩廳院，就是通路然後對有時候售票通路我們會放在一些跟我們常常合作過的一些咖啡店，再那邊可以售票買票，可是我們盡量索票，A HOUSE 他們滿幫忙的就會讓我們寄票再那邊。</u> 你是說他們的拆帳比例嘛他們是四六分，我們六他們四，這比例算是比較高你大概知道這種小型的音樂廳，<u>要嘛就是拆帳要嘛就是他就是給你一筆數字，然後如果是給你一筆的話大概都是在一萬到一萬五左右，拆帳就會有很貴的比例這樣子，通常比較中南部的話他會給你一筆錢，北部都不太可能，中南部他要先要我們下去的話它不可能拆帳這樣我們就不可能下去，這樣交通費都不夠了，然後再來。</u></p>	<p>現在售票通路大概都是兩廳院，就是通路然後對有時候售票通路我們會放在一些跟我們常常合作過的一些咖啡店，再那邊可以售票買票，可是我們盡量索票，(C2-I2-Q7-1) 要嘛就是拆帳要嘛就是他就是給你一筆數字 (C2-I2-Q7-2)</p>
<p>(8) 紙本宣傳品設計形式或媒體宣傳的主要管道為何?以何種宣傳形式效果最好? C2 <u>現在設計品設計我們是有一位，有時候設計，簡單的話像 FACEBOOK 上的設計都是我設計，網路上可是如果今天比較專業的一些設計，我們會有一些，就是我們自己配合的設計公司會幫我們處理，那宣傳廣告，就像我們辦音樂會那個管道就會找我們大概都知道像是第一個我們合作過的咖啡廳它們都會幫我們貼，再來就是我們所有合作過的一些大學，所以我都會寄過去，他們就會幫我們貼，所以我覺得學生的接受性都比較強，可能有看過我們的族群，喜歡我們的族群，就是大部分都是學生就是二十歲到四十歲之間，太年輕他們也會，就像比較大的學生大概三四十歲比較成熟的這個族群，所以我覺得學生是還滿好打進去的市場要嘛就很喜歡。所以大部分都是以大學，再來就是 E-MAIL 我們都有記很多的一些資料，FACEBOOK 比較現在大家都用 FACEBOOK 也滿好用的，而且它免費的，偶爾會</u></p>	<p>設計品設計我們是有一位，有時候設計，簡單的話像 FACEBOOK 上的設計都是我設計，網路上可是如果今天比較專業的一些設計，我們會有一些，就是我們自己配合的設計公司會幫我們處理，(C2-I2-Q8-1) 就像我們辦音樂會那個管道就會找我們大概都知道像是第一個我們合作過的咖啡廳它們都會幫我們貼，再來就是我們所有合作過的一些大學，所以我都會寄過去，他們就會幫我們貼 (C2-I2-Q8-2) FACEBOOK 也蠻好用的，而且它免費的，它的即時</p>

上電台拉可是我覺得電台的幫助沒有很大，還好等一下要去。我不知道你知道像電台這種的像這種 Xx 要嘛很多人進不去，要嘛進去要做一個訪問的話，你要買他的廣告，你沒買廣告你就進不去，對阿，很商業的東西，我們又不是很商業的東西所以不用去跟人家爭那個，
...對阿!一萬你聽到一兩各覺得很喜歡的你就要偷笑，我的感覺拉，電視你更不可能作，小型的就是慢慢累積，慢慢累積能量來源。

Q 官網

你覺得設計還可以吧，我還不太想去花一筆錢去做一個很大的網站，因為網站是我自己作的，我大概懂一點美工的東西所以我有一些參考模式它可以，現在目前也不需要，因為會看網站的，像我覺得會打來就是會打來，像我這次有人因為網站上他們去搜尋，找到我們的資訊那其實他要的資訊，你知道做樂團的他要的就是看你這個網站有沒有常常在更新，然後資訊明不明確，他要的東西音樂有沒有、然後 VIDEO 有沒有，聯絡方式有沒有，就這些東西，就常常要記得更新就好，可是偶爾會更新拉。大概一年會更個幾次吧!，至少就是要讓它流動一下，對那 FACEBOOK 我比較長會 po 它的那個變化性會比較快，它的即時，所以這種東西就變的說有的人就變的就是 PO 得更厲害阿，可是就像我跟你說的，看那個按讚的人，大概你就知道誰在支持你，那會支持的就是會支持你它就是會看，不支持的那就隨緣份吧，就作獨立音樂，就是這樣子對阿不用強求太多人一定要支持你，可是我又要堅定自己的理想，這很重要自己，都沒有辦法堅定的自己理想繼續做下去就很快就掛了，台灣也是很多樂團大學生然後後來有很多甚麼的沒有繼續做下去，因為我覺得堅持去因為音樂夠好一定要夠堅持才可以。

，所以這種東西就變的說有的人就變的就是 PO 得更厲害阿 (C2-I2-Q8-3)

(9) 貴團體是否與異業團體共同進行行銷推廣合作?
C2 那這也要看緣分囉，我們剛好是今年有跟一個

盡量如果可以的話那當然就會盡量作，可是我到現在還沒有想過要跟誰行銷

科技公司跟他們的員工音樂會，滿大氣的因為他們，其實我在旁邊還沒有想說要做一些行銷，去年有想說要做一些拉，就是有把一些訊息 PO 給他們的員工福利委員會，就是類似可以請他們轉貼給員工們那我不知道有多少，就盡量如果可以的話那當然就會盡量作，可是我到現在還沒有想過要跟誰行銷堆廣的東西，我們的力量還太小。

其他表演團體合作也是會阿像我們明年的 project 就是跟那個（雅心） NanaFormosa 它是一個打擊樂團，一個二重奏兩個女生，已經合作很久了那他們，那她們最近在國家音樂廳好幾次（兩次阿）都是，滿現代的。所以我們明年會跟她們合作，所以現在跟兩廳院還在談，我們希望到那邊去。

（10）網路社羣的經營定位與目標？
C2 定我就像我剛跟你講的大概二十歲到四十歲，那我當然會寫的東西也會寫的比較一些大概這年紀比較會喜歡看的因為寫的太文謔謔，你會發現只要 PO 一些的照片大家都會喜歡，就想我發現好像有些人會把這些，偶爾會偶像化起來，所以會有一些幕後的照片阿或是一些幕前他們演奏的照片之外阿他們都很喜歡看，我會斟酌 PO 一些東西上去，我們會盡量不要做到太私人的隱私都沒有，就是偶爾還會大家就是對這有興趣，目標就慢慢做阿看 FACEBOOK 那時候倒，看哪一個有起來再繼續做另外一個，我感覺 FACEBOOK 有一天會落寞就像 MSN 一樣，沒有東西是可以長久的在這個網路世界裡面，所以不用太在意我 FACEBOOK 要經營個十年二十年，搞不好有換新的，很少在 FACEBOOK 發言，後來我發現我的 FACEBOOK 變成粉絲頁，已經看不到我朋友了，已經變成是廣告頁了。FACEBOOK 就是拿來做這個樂團。粉絲頁有在經營就好了。

、堆廣的東西，我們的力量還太小。（C2-I2-Q9-01）

NanaFormosa 它是一個打擊樂團，一個二重奏兩個女生，已經合作很久了（C2-I2-Q902）

定我就像我剛跟你講的大概二十歲到四十歲，那我當然會寫的東西也會寫的比較一些大概這年紀比較會喜歡看的因為寫的太文謔謔，你會發現只要 PO 一些的照片大家都會喜歡，就想我發現好像有些人會把這些，偶爾會偶像化起來，所以會有一些幕後的照片阿或是一些幕前他們演奏的照片之外阿他們都很喜歡看，我會斟酌 PO 一些東西上去，我們會盡量不要做到太私人的隱私都沒有，（C2-I2-Q10-01）

目標就慢慢做我感覺 FACEBOOK 有一天會落寞就像 MSN 一樣，沒有東西是可以長久的在這個網路世界裡面，所以不用太在意我 FACEBOOK 要經營個十年二十年，搞不好有換新的 FACEBOOK 就是拿來

	<p>做這個樂團。粉絲頁有在經營就好了。(C2-I2-Q10-02)</p>
<p>(11) 對網路社羣經營的未來規劃與遠景? C2 <u>部落格我也沒有在，因為部落格就是要寫文章，要找文筆很好，要常常 UPDATES 人家才會看所以部落格我也不會去。</u></p>	<p>部落格我也沒有在，因為部落格就是要寫文章，要找文筆很好，要常常 UPDATES 人家才會看所以部落格我也不會去。(C2-I2-Q11)</p>
<p>(三) 藝術市場開發</p>	
<p>(1) 台灣社會民眾對貴團體的演出形式接受度如何? C2 <u>我覺得來聽過的接受度都還蠻高的，二十歲到四十歲他們接受度會比較好，然後族群在阿嬤階層的話我覺得他們就不會接受，而且她就還會跟你唸，你要把那個思想起改一改阿你要把一些改一改阿。所以他就是不想做這些，因為大家都在做這件事情，就跟著做這件事情。有一個你說我的理念好了，我就是想做別人沒有做過的事情有時候我們得行銷我們的現在管理跟一般的大家都做的都一樣就這塊，大家都是這樣子我們當然也是會慢慢想跟別人做不一樣可是在音樂上，音樂上來講的話還是會他不想做的，然後再對在音樂上他絕對不會想跟別人做一樣的東西，或是別人都在做的東西更不可能會去做。</u> <u>他滿堅持拉今天如果來一個人喜歡我的音樂我不會一位要做一首歌…，接受度還滿高的因為他的東西比較注重合音，所以你聽起來會順的，它是有流程的起承轉合，有些比較現代，符合現代爵士，就有的連聽都聽不太清楚就覺得那聲音很怪，那他的東西的話至少很多人我們常常坐那個問卷調查，他們都覺得很和諧，對就覺得感覺不會讓人家覺得很刺耳。</u></p>	<p>我覺得來聽過的接受度都還蠻高的二十歲到四十歲他們接受度會比較好，然後族群在阿嬤階層的話我覺得他們就不會接受，然後再對在音樂上他絕對不會想跟別人做一樣的東西，或是別人都在做的東西更不可能會去做。 接受度還蠻高的因為他的東西比較注重和音，所以你聽起來會順的，它是有流程的起承轉合，有些比較現代，符合現代爵士，就有的連聽都聽不太清楚就覺得那聲音很怪，那他的東西的話至少很多人我們常常坐那個問卷調查，他們都覺得很和諧，對就覺得感覺不會讓人家覺得很刺耳。(C2-I3-Q1)</p>
<p>(2) 貴團體透過何種方式培養新的觀眾族群? C2 <u>因為我們的觀眾都是口耳相傳的這樣子，口耳相傳比較多，然後新的就是透過我們有些商演、學校演出集團的演出慢慢去推。</u></p>	<p>因為我們的觀眾都是口耳相傳的這樣子，口耳相傳比較多，然後新的就是透過我們有些商演、學校演出集團的演出慢慢去推。</p>

	(C2-I3-Q2)
<p>(3) 貴團體透過何種機制瞭解藝術群眾的興趣、態度與參與動機?</p> <p>C2 <u>其實我們真的比較不清楚耶，我們的動機就是想做我們想做的音樂，那你想來就來，你真的沒有興趣我們勉強不來，畢竟我們在做的東西不是在為你迎合的東西，對那就是比較屬於商業音樂的東西，就不是藝術表演的方式，哪可能我會覺得說，就是我會覺得我們的東西有我們自己的價值的東西，那今天我們的經營到這樣就代表已經，也是有人，所以我們還是就像我們這樣的路繼續堅持下去做我們自己想做的東西，因為我們發現，我們做我們自己想做的東西好像並沒有好像粉絲變少，我們發現粉絲有增加，這代表是這個市場是有部分的人是很認同我們藝術產品嘛，如果你今天做了三年那沒有粉絲或只剩下一位或怎樣的話那可能就是，就要自己回去調整一下。</u></p>	<p>我們的動機就是想做我們想做的音樂，那你想來就來，你真的沒有興趣我們勉強不來，畢竟我們在做的東西不是在為你迎合的東西，對那就是比較屬於商業音樂的東西，就不是藝術表演的方式，所以我們還是就像我們這樣的路繼續堅持下去做我們自己想做的東西，因為我們發現，我們做我們自己想做的東西好像並沒有好像粉絲變少，我們發現粉絲有增加，這代表是這個市場是有部分的人是很認同我們藝術產品嘛 (C2-I3-Q3)</p>
(四) 財務策略	
<p>(1) 貴團體的主要收入來源分配比例為何?</p> <p>C2 就演出吧 CD 收入其實那只是打平而已然後演出那分配的話我們會比較平均分配就是大家各拿一份行政也算一份，可能就是，音樂家的部分再加行政管理的就是六份那當然就是說他作曲的這個費用比較高，當然就是我們會因為所有的開支做東西都是我們還有的部分就是要作一些製作上面的費用會放在那邊。</p>	<p>就演出吧 CD 收入其實那只是打平而已然後演出那分配的話我們會比較平均分配就是大家各拿一份行政也算一份，可能就是，音樂家的部分再加行政管理的 (C2-I4-Q1)</p>
<p>(2) 貴團體的財務開支分配比例為何?</p> <p>C2 <u>我沒有想那麼多，就大概，對阿因為我們是小公司所以我們不會，想做 CD 就會花很多錢就拿很多錢去阿，就會補強補貼甚麼，可是我覺得重要一點就是對音樂家要對老師很公平，我覺得時報時做很重要，今天你拿三萬就是拿三萬，拿三千就是拿三千，我覺做事不要去騙，不要去隱瞞賺多少就賺多少因為這樣大家才知道你拿多少大家都可，透明的對阿。</u></p>	<p>我沒有想那麼多，就大概，對阿因為我們是小公司所以我們不會，想做 CD 就會花很多錢就拿很多錢去阿，就會補強補貼甚麼，可是我覺得重要一點就是對音樂家要對老師很公平，我覺得時報時做很重要 (C2-I4-Q2)</p>
<p>(3) 貴團體與政府的政策補助申請合作方式?</p>	<p>就看政府有甚麼就申請什</p>

<p>C2 <u>就看政府有甚麼就申請什麼，看一些哪些比較適合我們，那做這個我們到現在申請的就是有，演藝廳的申請阿，表演的部分，然後還有就現在文化部的國外演出大部份就這些吧，創作補助申請都有申請過可是但都沒有過，國藝會申請過也是沒有過，就是看那些適合我們就會去申請。</u></p>	<p>麼，看一些哪些比較適合我們，那做這個我們到現在申請的就是有，演藝廳的申請阿，表演的部分，然後還有就現在文化部的國外演出大部份就這些吧，創作補助申請都有申請過可是但都沒有過，國藝會申請過也是沒有過，就是看那些適合我們就會去申請。（C2-I4-Q3）</p>
<p>(4) 貴團體與民間企業的合作模式? C2 <u>目前還沒有民間贊助，唯一贊助可能就是那個我跟你講，就是那個自閉兒的那個畫，可是那個算是有點像合作，大家互相幫忙，因為他也沒名氣嘛他也希望我們能夠幫他們做一些讓大家知道他，他是唯一的我們比較合作的對象。</u></p>	<p>目前還沒有民間贊助，唯一贊助可能就是那個我跟你講，就是那個自閉兒的那個畫，可是那個算是有點像合作，大家互相幫忙（C2-I4-Q4）</p>
<p>(五) 創新音樂模式</p>	
<p>(1) 創新演出型態的成員如何組成? C1 <u>就是本來因為認識印度鼓手，Wakaike 塔布拉，就是一個比較不常見的樂器嘛，比較特別，然後他的音樂背景也比較特別，他本來學的音樂跟我的很不一樣所以不過有一些是共同的，就是節奏我們還是可以溝通，所以就是想要跟他組團原來因該是這樣子，然後也認識張宜蓁是以前的小提琴，她也是小提琴因為我做爵士也比較不常跟小提琴合作嘛所以決的會滿有趣的，這個三重奏這個編制，而且兩個人的音樂背景也不一樣，先是我們這三位再一起，然後就找一些民族音樂阿，民族歌曲，然後或是一些爵士，那個時候創作還沒有，不，有寫一兩首，然後就這樣子，然後那個世界軌跡的名子已經出來，因為最原來是很民族的東西。</u></p>	<p>本來因為認識印度鼓手，Wakaike 塔布拉，就是一個比較不常見的樂器，然後也認識張宜蓁是以前的小提琴，小提琴因為我做爵士也比較不常跟小提琴合作嘛所以決的會滿有趣的，這個三重奏這個編制，而且兩個人的音樂背景也不一樣，先是我們這三位再一起，然後就找一些民族音樂阿，民族歌曲，然後那個世界軌跡的名子已經出來，因為最原來是很民族的東西。（C1-I5-Q1）</p>
<p>(2) 創新演出的創作手法? C1 <u>創作都是我在做阿，那元素有很多其實因</u></p>	<p>創作都是我在做阿，那元素有很多其實因為我背景</p>

為我背景是爵士嘛，所以我一定會有在最基本最下面有一個爵士的想法，就是和絃，不過有會加進去很多跟 Wakaike 學的一些印度音樂，不是自己聽過的，有時候只是有聽過然後就去看那個東西是什麼，就是一個一種習慣，就是我們不太會靠樂譜，然後在來在學爵士的時候也不太靠樂譜，我們都是靠錄音還要聽，然後他們都在幹嘛都要自己去找要用抄的或是用聽的，不管什麼樂器，所以原來都是爵士，就是我聽很多種音樂，民族音樂，我其實也是會這樣子，~ 這個很好聽，那這個是什麼節奏然後去學學看，再用聽的，我這樣子有聽過很多，歐洲、東歐或是中東、阿拉伯、印度、拉丁都有。

是爵士嘛，所以我一定會有在最基本最下面有一個爵士的想法，就是和絃，不過有會加進去很多跟 Wakaike 學的一些印度音樂，就是一個一種習慣，就是我們不太會靠樂譜，然後在來在學爵士的時候也不太靠樂譜，我們都是靠錄音還要聽，然後他們都在幹嘛都要自己去找要用抄的或是用聽的，不管什麼樂器，所以原來都是爵士，就是我聽很多種音樂，民族音樂，有聽過很多，歐洲、東歐或是中東、阿拉伯、印度、拉丁都有。(C1-I5-Q2)

(3) 創新演出團隊的多元價值如何界定?

C1 原來三重奏嘛然後，可是作品越來越多創作越來越多，那個都是我作的然後，我本來是彈 BASS，可是我彈鋼琴也是滿多的，所以作曲一定都是在鋼琴那邊，所以都不小心一定會寫出來一些需要鋼琴的音樂，所以鋼琴現在已經是固定的，所以現在的四重奏就是這四個，那再多的話絃樂，我們有用絃樂，新專輯的話我們有用絃樂，本來已經有一把小提琴了然後再多三把就是變成四重奏，因為有聽過一些用絃樂四重奏的音樂我覺得很好聽，然後就是有，本來就是試試看嘛，我們第一次在，去年在紅樓對阿大概一年以前在紅樓作的一場，嘗試看寫一些編曲，後來有一些不及格，放下來可有一些都被錄進去了，比較是，就是你們有聽過不是，用想的嘛~我這個還可以怎麼樣，然後我覺得我不要管樂，我覺得管樂太爵士了，我故意不要太管樂，我故意不要爵士鼓，因為爵士鼓太重，不過最近還是有一點點，11:30 他打很多打擊偶爾也會打爵士鼓，可是我還是會跟他說不要打太重，不要他太大聲，我想

原來三重奏嘛然後，可是作品越來越多創作越來越多，我本來是彈 BASS，可是我彈鋼琴也是滿多的，所以作曲一定都是在鋼琴那邊，所以都不小心一定會寫出來一些需要鋼琴的音樂，所以鋼琴現在已經是固定的，所以現在的四重奏就是這四個 (C1-I5-Q3-01)

新專輯的話我們有用絃樂，本來已經有一把小提琴了然後再多三把就是變成四重奏，因為有聽過一些用絃樂四重奏的音樂我覺得很好聽，然後就是有，本來就是試試看嘛，然後我覺得我不要管樂，我覺得管樂太爵士了，我故意

要留一點，不要太爵士的感覺故意是這樣子。

12:30

遊文戲字之前就是有想過中文，已經有想過中文它對我來說，就是有節奏感它有些音色的顆粒…然後有一些是比較像，還有一些像爵士鼓的 s~~拔，這個我早就有想過，我也有寫過一首就是五金行就是聲調來編寫中文，他的聲調來寫，然後就想到用這個概念做整場表演。

不要太管樂，我故意不要爵士鼓，因為爵士鼓太重，不過最近還是有一點點，（C1-I5-Q3-02）

遊文戲字之前就是有想過中文，已經有想過中文它對我來說，就是有節奏感它有些音色的顆粒…然後有一些是比較像，還有一些像爵士鼓的 s~~拔，我也有寫過一首就是五金行就是聲調來編寫中文，他的聲調來寫，然後就想到用這個概念做整場表演。（C1-I5-Q3-03）

（4）創新團隊領導者的個人特性？

C1 你要問別人阿…沒有，我可以講一點點，也許你要知道一個 bass 手，通常爵士樂手最看不見的音樂家就是 Bass 手，他是最後面，那不常 solo 或是反正一直在為了其他樂手的服務，那我覺得這樣是對的，一個 bass 手應該是這樣子，不過有一些我喜歡的 bass 手他們也很會作曲，然後只要他們作曲我覺得他們好像跟其他樂器的作曲有點不一樣，他們常再用的編制也是，比較大然後不是以他自己為主，你知道有薩克斯風加的樂團一定是他然後最後伴奏然後一直是他 solo，覺得有點太 都在自己的，所以我覺得一個 bass 手那個是已經是這部份的第一個答案嘛？反正就是因為領導者是 bass 手所以他會 會有這個想法，比較少為了別人，或是為了整體音樂，那自己我也是有把這個樂團的狀況來順利練自己的一些新的手法，新的技巧有時候就是在想，民族音樂的影響很大嘛，就是在模仿民族音樂嘛或是，再用一個完全不一樣的想法來彈 bass，然後我覺得這幾年對我音樂有整個，整個馬丁這個音樂家影響滿大的，我進步滿多的。

我是南藝大的老師阿很多國樂的都跑過來跟我上課，常常他們很認真非常有興趣想要改變他們，

也許你要知道一個 bass 手，通常爵士樂手最看不見的音樂家就是 Bass 手，他是最後面，那不常 solo 或是反正一直在為了其他樂手的服務，那我覺得這樣是對的，一個 bass 手應該是這樣子，所以我覺得一個 bass 手那個是已經是這部份的第一個答案嘛？反正就是因為領導者是 bass 手所以他會 會有這個想法，比較少為了別人，或是為了整體音樂，那自己我也是有把這個樂團的狀況來順利練自己的一些新的手法，新的技巧有時候就是在想，民族音樂的影響很大，就是在模仿民族音樂嘛或是，再用一個完全不一樣的想法來彈 bass，然後我覺得這幾年對我音樂有整個，整個馬丁這個音

<p>我昨天才跟 Wakaike 老師在講那個很多國樂是來聽我的課，對爵士是有興趣然後，他其實想要也想要鼓勵國樂的學印度音樂，北印度音樂的音樂，因為我覺得對國樂的樂器來說會比較好一點，國樂樂器作爵士和絃那一些有一些是我覺得作不太來或是可能效果也不會很好，可是印度音樂我覺得比較可以，可以試試看反正也從你們比較熟悉的一些音樂出去嘛，去學一些可能是即興的或是節奏比較一樣的東西，北印度音樂我覺得是可以考慮的東西，反正也是一種民族。</p> <p>用二胡拉 拉嘎 是印度音樂一定很有趣很不一樣，可是目前還沒有找到人，想要這樣子，真的要去作應該會很興苦。</p>	<p>樂家影響滿大的，我進步滿多的。</p> <p>(C1-I5-Q4)</p>
<p>(5) 對台灣目前的藝文生態有何看法?</p> <p>C1 <u>其實台灣好處來，我們是覺得台灣現在是一個再發展改變得地方，改變比較快，像歐洲我覺得比較慢…，我們現在是計畫要回去大概是一年半左右，那我已經很緊張要回去了，在台灣其實人家比較好奇，對爵士最近特好奇所以爵士教育，爵士的表演其實一直會越來越多機會越來越多…所以我覺得台灣在這邊是一個很好的地方，我覺得我一直還會嚇到哇連澎湖，我們上禮拜在澎湖表演那邊都有個演藝廳然後去的人還滿多的買 CD 的人還滿多的，就是還滿台灣人就是很好奇，不過問題是真的聽的懂的人還是很少真的知道我們作的音樂或者是音樂的價值，因該要說水準可是水準就很難聽嘛，我不要說水準不高，可是有點是這個意思，可是還是要聽常聽很多不一樣的音樂然後少一點聽流行音樂，因為聽流行音樂其實都一樣的，耳朵會懶惰，其實我覺得問題是比較藝文上面的音樂，聽音樂不是一個就是一個（派設麵）的活動，是一個（a tu）你要自己也是要合作你要聽然後你也要一半是你自己想像的（hstunte）所以這個這邊覺得還可以在加油，所以也許在歐洲，觀眾我會覺得會比較好一點，不過這個意思不是我們那邊的機會會比較多也許會比較少，所以我對阿，因該是完全不一樣的狀況。可是我看在十年這邊一定又是完全不一</u></p>	<p>其實台灣好處來，我們是覺得台灣現在是一個再發展改變得地方，改變比較快，像歐洲我覺得比較慢…，在台灣其實人家比較好奇，對爵士最近特好奇所以爵士教育，爵士的表演其實一直會越來越多機會越來越多…就是還滿台灣人就是很好奇，不過問題是真的聽的懂的人還是很少真的知道我們作的音樂或者是音樂的價值，可是還是要聽常聽很多不一樣的音樂然後少一點聽流行音樂，因為聽流行音樂其實都一樣的，耳朵會懶惰，其實我覺得問題是比較藝文上面的音樂，所以這個這邊覺得還可以在加油，所以也許在歐洲，觀眾我會覺得會比較好一點，不過這個意思不是我們那邊的機會會比較多也許會比較少，所以我對阿，</p>

<p>樣，我已經我覺得一定的台灣整個亞洲發展最快的全世界最快。</p>	<p>因該是完全不一樣的一種狀況。可是我看在十年這邊一定又是完全不一樣，我已經我覺得一定的台灣整個亞洲發展最快的全世界最快。（C1-I5-Q5）</p>
<p>（6）創新形態的音樂演出團隊如何提升作品的藝術價值？</p> <p>C1 價值不是跟錢，沒有關係嘛，喔就是它的，如何提升作品的藝術價值？算是怎麼進步的意思嗎？還是…恩，我們要把自己的水準慢慢的拉高，就是以前有可能有些表演我們還是會接，那當然瑩萩有說她只要是這種表演，問我們說要不要卡拉OK就拒絕了。這藝術價值是不好印象，所以你要知道你要去哪表演，你不要去哪裡表演，然後我覺得我們要每一次去表演我們要確定狀況都是OK就是好的譬如說音響的部分，然後就已經也盡量，如果有經費的話自己帶一個音控，就是一個可以再現場控制音響是我們的人，我覺得這樣子你（pars）的那個你的音樂是比較好一點的音響對觀眾，所以我們其實都是一直想要提升我們的環境因該是這樣說，音樂環境然後也是對自己也是要越來越高的期待。</p>	<p>我們要把自己的水準慢慢的拉高，問我們說要不要卡拉OK就拒絕了。這藝術價值是不好印象，所以你要知道你要去哪表演，你不要去哪裡表演，然後我覺得我們要每一次去表演我們要確定狀況都是OK就是好的譬如說音響的部分，然後就已經也盡量，如果有經費的話自己帶一個音控，就是一個可以再現場控制音響是我們的人，我覺得這樣子你（pars）的那個你的音樂是比較好一點的音響對觀眾，所以我們其實都是一直想要提升我們的環境因該是這樣說，音樂環境然後也是對自己也是要越來越高的期待。（C1-I5-Q6）</p>
<p>Q1：老師對跨界的定義</p> <p>C1 這覺得很難說，我會覺得我們音樂是跨界音樂，那沒錯，不過，我其實覺得，現在的問題是什麼音樂都是用很西方的藝術性來做出來的，連國樂都是很西方化的，雖然用中國的樂器，但音準都是西方的和聲都是西方的，我的藝術性也是西方的，我們的也是我也沒有說我們的不是，我們的一定是，因為我是西方人我一定用，我這個藝術性，或是用爵士的藝術性，那像印度音樂純的印度音樂是完全那個藝術性是完全不一樣的，我們現在沒辦法想像早晨六點聽音樂會然後</p>	<p>我會覺得我們音樂是跨界音樂，那沒錯，不過，我其實覺得，現在的問題是什麼音樂都是用很西方的藝術性來做出來的，（C1-M-Q1-01）那跨界的話…對阿，其實我覺得所以跨界得音樂是雖然用一些比較不一樣的音樂多元素或是一些音樂樂器，還是用西方的藝術性，然後</p>

<p>聽三個小時都是很慢的音樂很長的歌，妳要用完全不一樣的藝術性才可以去欣賞這音樂，我們習慣是最長是七八分鐘十分鐘的音樂的，大概的形狀就是差不多都是這樣子。</p> <p><u>那跨界的話...對阿，其實我覺得所以跨界得音樂是雖然用一些比較不一樣的音樂多元素或是一些音樂樂器，還是用西方的藝術性，然後如過要真的去純的民族音樂或是古典的印度音樂或是印尼音樂 Gamelan，我覺得那個都不是，那個是民族音樂或著是，一種，就是一個自己的世界，一個很特別的東西，不算跨界音樂。</u></p> <p><u>其實我也不太喜歡定義，因為我在作音樂，我沒有再想跨界音樂，我就是在作音樂，我就是在想聲音。</u></p>	<p>如過要真的去純的民族音樂或是古典的印度音樂或是印尼音樂 Gamelan，我覺得那個都不是，那個是民族音樂或著是，一種，就是一個自己的世界，一個很特別的東西，不算跨界音樂。</p> <p>(C1-M-Q1-02) 其實我也不太喜歡定義，因為我在作音樂，我沒有再想跨界音樂，我就是在作音樂，我就是在想聲音。</p> <p>(C1-M-Q1-03)</p>
<p>Q2 那對獨立製作有甚麼想法?</p> <p>C1 <u>我覺得像我們這種一定是獨立的只要有唱片公司或是外面的人也投資錢甚麼的或是有製作的權利，我們一定會有衝突，這種音樂一定是我們做的音樂，我是要決定我要怎樣，我們可以跟我們的樂手討論，可是外面的人，我覺得不能跟他們講我們要做什麼，所以是，<u>獨立的所以一定要，錄音都要自己出錢，先都是自己投資的，然後盡量我們都是自己賣 CD，反正我覺得現在就是要這樣子，自己想辦法有點 (live alone) 的想法，有一些政府的補助，讓你可以申請，其實還是我們在作的還是我們一直在申請一直在努力，權力還是在我們這邊也沒有什麼合約，我覺得也許，你跟唱公司簽三張 CD 做完第二張根本就不想做這個音樂已經有，完全不同的想法，我不想要在這種狀況，所以比較自由，<u>獨立不是因為沒辦法，不夠好，只是一個選擇，想要獨立是因為我們要獨立。</u></u></u></p>	<p>我覺得像我們這種一定是獨立的只要有唱片公司或是外面的人也投資錢甚麼的或是有製作的權利，我們一定會有衝突 (C1-M-Q2-01)</p> <p>獨立的所以一定要，錄音都要自己出錢，先都是自己投資的，然後盡量我們都是自己賣 CD，反正我覺得現在就是要這樣子 (C1-M-Q2-02)</p> <p>有一些政府的補助，讓你可以申請，其實還是我們在作的還是我們一直在申請一直在努力 (C1-M-Q2-03)</p> <p>獨立不是因為沒辦法，不夠好，只是一個選擇，想要獨立是因為我們要獨立。(C1-M-Q2-04)</p>

附錄二：樂團創新音樂形式

一、絲竹空爵士樂團

(一) 絲竹空爵士樂團基本編制及團員

演奏家	樂器	備註
彭郁雯	鍵盤	音樂總監、作曲編曲
吳政君	二胡、樂句循環器、歌唱、打擊	團員、作曲
藤井俊充	電貝斯、打擊、口琴	團員
黃治評	笛子、蕭、電子吹管、巴烏	團員
廖柏鈞	爵士鼓	團員
謝華洲	電吉他、木吉他、中阮、歌唱	團員
以莉·高露	歌唱	客席

資料來源：2010 絲竹空 奇幻樂響「旋轉」(DVD)演出人員 地點：台北紅樓
研究者整理繪製

(二) 絲竹空樂團演出形式以絲竹空《旋轉》音樂會部份樂曲為例

曲名	作曲	編曲	特色樂器	樂曲特色
鳳陽 3,0		彭郁雯		安徽民謠
流光傳奇	吳政君		人聲	阿美族歌聲樂與北管吟唱
天空落水		彭郁雯	人聲、中國笛、 電吉他、二胡	客家民謠，客語與阿美族 歌聲
循環 Loop	吳政君		口琴、循環器、 人聲	使用樂句循環器，現場錄 製人聲與口琴，即興交織
拼館	吳政君		印度塔布拉、非 洲傳到西班牙佛 朗明哥常用的 caion、美國流行 常用的爵士鼓	三位打擊樂手的 PK 拼 館(台語)早期北管節慶聚 集演奏戲曲音樂的一種比 賽、使用環繞音效，北管 樂團的旋轉，展現出邊境 的效果
波那波那		彭郁雯	電貝斯、巴烏	電貝斯模仿古琴意境，使 用古曲作為前奏。
醉酒都馬	吳政君	彭郁雯		歌仔戲「都馬調」理的樂 句，結合爵士樂編曲手 法。

資料來源：公視〈表演打天下〉。研究者整理繪製

二、午後之樹爵士樂團

(一) 午後之樹爵士樂團基本編制及團員

演奏家	樂器	備註
藤井俊充 (Toshi)	口琴、口風琴、木箱鼓	團長兼編曲
程明(Mountain)	木吉他	團長兼財務
張道文(Annie)	大提琴	團員兼公關
吳瑋洳 (Fifi)	二胡	團員兼網路宣傳
陳依芳 (Evon)		

資料來源：研究者整理繪製

(二) 午後之樹爵士樂團演出形式以專輯部份樂曲為例

曲名	作曲	編曲	樂曲特色
Mr.Chopper2010	藤井俊充		以漫畫「One Piece」中，喬巴的角色給人，可愛又熱心的率真個性，此版本加入二胡後凸顯曲調的詼諧與活潑
開金扇		藤井俊充	由客家民謠改編，原曲為男女對唱情歌。開場是帶有鄉村藍調風格的吉他，二胡與口琴緊接著帶出主旋律。呈現出男女對唱的情境。
水精靈	藤井俊充		原本是為古箏所寫的曲子，古箏自古以來多用於表現流水聲，有如水精靈於河畔戲水，時而歌唱，時而舞蹈的美麗模樣。

資料來源：《Clover 幸運草》&《Rosemary 迷迭香》專輯。研究者整理繪製

三、世界軌跡樂團

(一) 世界軌跡樂團基本編制及團員

演奏家	樂器	備註
吳馬丁	Doudl Bass	團長
黃偉駿	Violin 小提琴	團員
若池敏弘	tabla 塔布拉	團員
曾增譯	Piano 鋼琴	團員
董籃	erhu 二胡	兼任團員

資料來源：2011 世界軌跡(DVD) 演出人員 地點：台灣大學雅頌坊
研究者整理繪製

(二) 世界軌跡樂團演出形式以專輯部份樂曲為例

曲名	作曲/編曲	樂曲解說
蘇魯克雷	吳馬丁	Sulukule 位於土耳其伊斯坦堡西邊的一個吉普賽人聚集的部落，這也代表者歐亞東西連節點的跨文化交流。絢麗迷人的節奏，令人彷彿置身這世界奇幻的一隅。
日蝕	若池敏弘/吳馬丁	Rahu 為印度日蝕之神。1999 年 8 月 11 日馬丁與若池敏弘分別在世界的兩地，同時目睹當年天文界震撼一時的日蝕。
日月彈	吳馬丁	日與月放再一起為明，三個日放再一起是晶，兩個月放再一起為朋，在馬丁的眼中，中文的文字遊戲很特別，也很有趣!

資料來源：《弦絲綺舞》專輯。研究者整理繪製