

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

台灣數位音樂教學推廣與行銷策略研究

Promotion and Marketing Strategies of Digital Music Education in Taiwan

指導教授：黃淑基博士

ADVISOR : Huang, Shu-Chi, Ph. D.

研究生：范育潔

GRADUATE STUDENT : Fan, Yu-Jie

中 華 民 國 103 年 6 月

# 南 華 大 學

文化創意事業管理學系碩士班

碩士學位論文

台灣數位音樂教學推廣與行銷策略研究

研究生：甘 沅 潔

經考試合格特此證明

口試委員：周 婉 君  
黃 淑 基  
趙 宇 凡

指導教授：黃 淑 基

所 長：陳 寶 媛

口試日期：中華民國 103 年 5 月 26 日

## 謝誌

呼！研究所辛苦了兩年終於生出了我的碩士論文，謝謝爸爸媽媽支持我念研究所，使我在人生中又多添了一項成長紀錄。謝謝我的指導教授黃淑基老師的指導，在我想要放棄論文時不斷的鼓勵我使我不放棄，也不厭其煩的一次又一次的給我寫作的方向，謝謝文創所的寶媛主任及所有教授對我的關愛，謝謝兩位口考委員廖婉君老師與趙家民老師指點我的論文，謝謝我的訪談對象們接受我的拜訪，全力的配合我讓完成我的訪談，使我能夠完成論文，謝謝李建興先生陪伴我走訪台北、台中、嘉義及高雄使我能夠順利的進行論文訪談。

也謝謝我三位小學妹，郁欣、法蓮及珈宏，因為有你們我每天才可以那麼的High!最後我要謝謝我們101級同學們，不論是大哥或者大姊給我的照護跟關愛，還有我那一群可愛的同學，俊吉、燁祺、凱弘、益誠、勝駿，謝謝你們的鼓勵，尤其是俊吉、燁祺、凱弘、益誠，我不會忘記我們在拚提論文初審時的論文團時，每天全面佔領研究室外還不小心被警衛驅離，因為有你們的鼓勵，因為有我們的努力，我們101級文創所一般生集體準時畢業了！謝謝曾經幫助過我的每一個人，6年了，南華再見，謝謝南華對我的培育！

# 南華大學文化創意事業管理研究所 102 學年度第二學期碩士

## 論文摘要

論文題目：台灣數位音樂教學推廣與行銷策略研究

研究生：范育潔

指導教授：黃淑基 博士

### 論文摘要內容：

台灣目前的音樂教育市場大多數的比例依舊是以古典音樂教育為重，但是在面對台灣少子化的社會條件下，具備受過專業的音樂訓練，或以音樂專業畢業的教師，比願意學習音樂的孩童人數還要多。目前台灣的古典音樂教育市場已經達到飽和，在面對人才無去處無地方可發展其長處的情況下，要如何從古典音樂的教學走向數位音樂創作教學，並且如何將數位音樂創作教學加以推廣，並運用有效的行銷方法來達到音樂教育市場的發展，是未來發展的必然趨勢。

在現今的科技產業以飛快速度進步的情況下，音樂的創作、作曲不再只僅限於紙上談兵，音樂創作軟體捨去了以往作曲家要找尋樂團演奏已達到作品的確認，甚至更進而延伸為一人交響樂團，僅創作者一人也可以是一團配器完整的交響樂團。昂貴的樂器進而被電腦設備取代，不需要具備音樂基礎能力也能創作屬於自己的音樂作品，為影片配樂也似乎不僅限於專業人士便能做得到。

本研究以行銷策略中的行銷 4P 及行銷 4C 理論作為訪談大綱之基礎，並以質性研究中的深度訪談法、次級資料分析法、文獻分析法、個案研究法採之執行，以數位音樂教學業師、數位音樂教學機構主管及非營利事業數位音樂教學推廣中心為出發點，選取訪談對象身分，並將所得受訪資料進行分析研究。

關鍵字：行銷策略、數位音樂、音樂教學、音樂教育

**Title of Thesis : Promotion and Marketing Strategies of Digital Music Education in Taiwan**

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

**Graduate date : June 2013      Degree Conferred : M.B.A.**

**Name of student : Fan, Yu-Jie      Advisor : Huang, Shu-Chi, Ph. D.**

## **Abstract**

The main focus of current music education market in Taiwan is still on classical music. However, the situation is that children who are willing to learn music were less than professional music teachers in a low birth rate society like Taiwan. Classical music education market has reached its limit. When music professionals had no stage to play, an imperative trend in the future had to go for digital music production teaching and the promotion of digital music production teaching.

With rapid technology developments, music production was no longer limited to paperwork. Music production did not need a whole band any more. Producer alone can become a band. Expensive musical instruments were replaced by computer equipments. People with no music background can create his own music work. Amateurs can also make soundtracks.

In this research, 4P and 4C of marketing were used as the basis guidance of interview outline. Qualitative research methods, including in-depth interview, secondary qualitative study, documentation, and case study, were used. Interviewees were chosen from digital music teaching teachers, digital music education institute administrators, and non-profit digital music promotion centers.

**Keywords : Marketing Strategy, Digital Music, Music Teaching, Music Education**

# 目錄

謝誌.....	i
中文摘要.....	ii
英文摘要.....	iii
目錄.....	iv
表目錄.....	vi
圖目錄.....	vii
<b>第一章 緒論</b> .....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究動機.....	3
1.3 研究目的.....	4
1.4 研究流程.....	5
1.5 研究限制.....	7
<b>第二章 文獻探討</b> .....	8
2.1 數位音樂.....	8
2.2 台灣的音樂教育.....	12
2.3 行銷策略.....	19
2.4 流行音樂產業.....	21
<b>第三章 研究設計與執行</b> .....	26
3.1 質性研究.....	27
3.2 研究架構.....	28
3.3 研究方法.....	30
3.4 研究設計.....	34
3.5 研究執行.....	41
<b>第四章 資料分析與整理</b> .....	43
4.1 數位音樂教學推廣行銷與行銷 4P 理論之關聯性.....	43

4.2 數位音樂教學推廣行銷與行銷 4C 運用.....	59
4.3 台灣數位音樂教推廣行銷未來發展與建議.....	67
4.4 小結.....	72
<b>第五章 結論與建議</b> .....	<b>74</b>
5.1 研究結論.....	74
5.2 研究建議.....	77
<b>參考文獻</b> .....	<b>80</b>
<b>附錄 訪談逐字稿整理</b> .....	<b>84</b>



## 表目錄

表1.1	大學術科考試 歷年報名人數統計表 .....	2
表2.1	台灣流行音樂產業發展歷史脈絡 .....	24
表3.1	質性與量化研究的目的 .....	26
表3.2	訪談對象及受訪時間表 .....	35
表4.1	教學軟體使用差異度 .....	47
表4.2	數位音樂SWOT分析 .....	73



## 圖目錄

圖1.1	研究流程圖 .....	6
圖2.1	奧福樹 .....	15
圖2.2	行銷4P理論與行銷4C理論對應關係 .....	21
圖2.3	2001年流行音樂產業鏈 .....	21
圖2.4	流行音樂產業鏈 .....	22
圖2.5	台灣逐年實體唱片銷售總額 .....	25
圖3.1	研究架構圖 .....	29



# 第一章 緒論

本研究為探討台灣的音樂教育體制中對數位音樂創作的教學推廣以及行銷策略方面之現況，在過去至現今的台灣對於音樂教育的培養著重於陶冶性情及音樂欣賞之上，對於創造力方面十分缺乏。而在現今的社會中創造力是所有人皆須具備的，音樂的教學也不再僅限於實體樂器上，台灣在對於配樂這塊是非常缺乏人才的，配樂人才可以說在流行音樂市場中是供不應求，但是目前台灣所培養的出的音樂系學生對流行音樂市場方面著手是少之又少，所以藉以探討台灣目前數位音樂教學推廣及行銷策略之現況。

## 1.1 研究背景

在充滿競爭力的台灣社會中，具備存活在社會中軟實力的條件是不可或缺的，而在這樣的背景狀況下，創造力及創意性占了非常重要的角色。台灣的音樂教育歷史久遠，學校扮演著人才培訓的基地，但是從過去到至今的台灣音樂教育體制依舊偏向古典音樂方面著手進行，各學校音樂系所培育出來的學生著重在於樂器演奏的實力。

流行音樂文化這一塊市場非常的龐大，與古典音樂市場相較之下，在台灣的音樂產業中，流行音樂產業的市占率還是占絕大多數的，且流行音樂往往都比傳統國民音樂教育的教科書學到的曲子，還更得人心甚至朗朗上口，因為流行音樂較為大眾化，歌曲所搭配的歌詞所富含的特殊意涵外，不時與與時事結合。但是從事流行音樂文化市場大多都非音樂本科系所畢業之學生，從各大專院校音樂系畢業學生的走向大致分成兩條路，其一為成為表演藝術家，其二為樂器課個別教師，但是在目前少子化的社會環境影響下，音樂系畢業的學生愈來愈多，而大多本科生畢業的音樂系學生幾乎都選擇從事樂器個別教師，但是現今的古典教學市場已經達到飽和的狀態。藉由表 1.1 大學術科考試歷年統計表來看，明顯的顯示著從 97 學年度開始音樂組的學生報考人數逐年下降，報名人數年年遞減，僅僅六

個學年度就減少了 400 位學生報考，雖然報考人數的下降少子化現象也是原因之一，但是這個現象其實也說明了音樂系所培育出的學生所學專長目前也不是完全符合音樂市場的需求。

表 1.1 大學術科考試 歷年報名人數統計表

組別	項目	92 學年 度	93 學年 度	94 學年 度	95 學年 度	96 學年 度	97 學年 度	98 學年 度	99 學年 度	100 學年 度	101 學年 度	102 學年 度
音樂	報 名 人 數	1603	1603	1598	1629	1664	1667	1546	1512	1491	1392	1271
	主 修	1577	1571	1556	1555	1576	1598	1489	1451	1295	1306	1191
	副 修	1573	1551	1554	1529	1590	1590	1491	1428	1296	1332	1209
	樂 理	1598	1589	1585	1608	1643	1650	1526	1483	1328	1378	1250
	聽 寫	1593	1577	1574	1600	1640	1647	1520	1496	1337	1337	1243
	視 唱	1591	1574	1565	1594	1637	1642	1517	1486	1461	1369	1231

資料來源：引自大考中心

流行文化音樂從過去到現在此項音樂產業在台灣市場佔了非常重要的地位，而音樂產業的背後包含了音樂的錄音、創作詞曲、編曲、配樂、後製作、行銷…這些都是屬於數位音樂領域方面，這些專長都是需要專業的人才來完成的，但是在業界從事這些工作的人大多非音樂系本科生所畢業之學生，台灣目前缺乏以教育體制系統培育流行音樂人才的管道，筆者藉以此點以進行研究，談討台灣在音樂教育中數位音樂教學如何推廣及行銷發展。

## 1.2 研究動機

2002 年台南藝術大學成立了應用音樂學系，台南藝術大學的應用音樂學系在與各大專院校音樂系所行走路線不同之下，台南藝術大學的應用音樂學系以「應用」音樂的宗旨培育音樂工程、應用音樂創作、藝術行政方面專業人才為目的。不在僅是侷限在理論之中，而是將音樂理論與實作結合在生活文化的息息相關加以應用。而在 2007 年時，交通大學成立了聲音與音樂創意科技碩士學位學程，分為音訊工程組與音樂工程組，因為報考人數逐年增加，從一開始第一屆學生名額僅 15 位卻擁有 128 位的學生前來報考，說明了數位音樂也確實符合數會所需求。

台灣在 2002 年開始提倡文化創意產業，並且於 2010 年制定公佈文化創意產業發展法，以下列出文化創意產業發展法第三條（中華民國 99 年 2 月 3 日華總一義字第 09900022451 號總統令制定公布）：

第三條 本法所稱文化創意產業，指源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升之下列產業：

- 一、視覺藝術產業。
- 二、音樂及表演藝術產業。
- 三、文化資產應用及展演設施產業。
- 四、工藝產業。
- 五、電影產業。

- 六、廣播電視產業。
  - 七、出版產業。
  - 八、廣告產業。
  - 九、產品設計產業。
  - 十、視覺傳達設計產業。
  - 十一、設計品牌時尚產業。
  - 十二、建築設計產業。
  - 十三、數位內容產業。
  - 十四、創意生活產業。
  - 十五、流行音樂及文化內容產業。
  - 十六、其他經中央主管機關指定之產業。
- 前項各款產業內容及範圍，由中央主管機關會商中央目的事業主管機關定之。

數位音樂教學屬於文創產業發展法第三條中第十五點流行音樂及文化內容產業。在近年來台灣市場的需求下，無論是廣告或者是電影配樂的需求龐大，由「看見台灣」紀錄片配樂師國籍問題的爭議性例子來看，業界缺乏人才形成了人手不足市場供不應求的情況，台灣的音樂教育是否需要順著市場走向來轉型以培育出具備足夠競爭力的音樂系人才，而非僅是把學生拼命帶往已達飽和狀態的古典教學市場，本研究藉以動機來探討數位音樂教學的推廣與行銷策略為研究動機。

### 1.3 研究目的

華人遍布全球，具備創作流行音樂能力的華人人才輩出，台灣的音樂教學市場至目前為止仍舊著重於古典音樂教學方面，目前數位音樂教學正在台灣的音樂教學市場探頭拓展，而數位音樂教學在教學上以科技輔助教師的教學，以及更加多元化的素材開發學生的創新力，而本研究將探討台灣數位音樂教學以下三點：

1. **數位音樂教學推廣行銷與行銷 4P 理論之關聯性：**

以行銷 4P 理論規劃出訪談大綱進而去探討台灣數位音樂教學推廣目前存在的問題。

2. **數位音樂教學推廣行銷與行銷 4C 理論之關聯性：**

以行銷 4C 理論規劃出訪談大綱進而去探討台灣數位音樂教學推廣目前存在的問題。

3. **台灣數位音樂教推廣行銷未來發展與建議：**

以訪談對象深處產業界之中的經歷對台灣的音樂教學市場中對數位音樂教育的建議。

## 1.4 研究流程

本研究如研究流程圖 1.1 分成五大階段，筆者在第一階段先與指導教授討論後進而設定研究主題、動機、目的，接著第二階段進行文獻回顧的探討分析數位音樂及其發展現況，文獻部分主要分成了三小節，其中為數位音樂、台灣音樂教學以及行銷策略，共往這三方面去進行文獻的分析探討，接著第三階段編制訪談大綱及確認訪談對象，訪談對象的身分又分為數位音樂教學從業教師、數位音樂教學機構主管、非營利數位音樂教學推廣中心和數位音樂工作者，第四階段著手進行深度訪談與訪談所獲得資料彙整編碼分析，最後第五階段則是研究結論與建議，詳細流程圖如下：

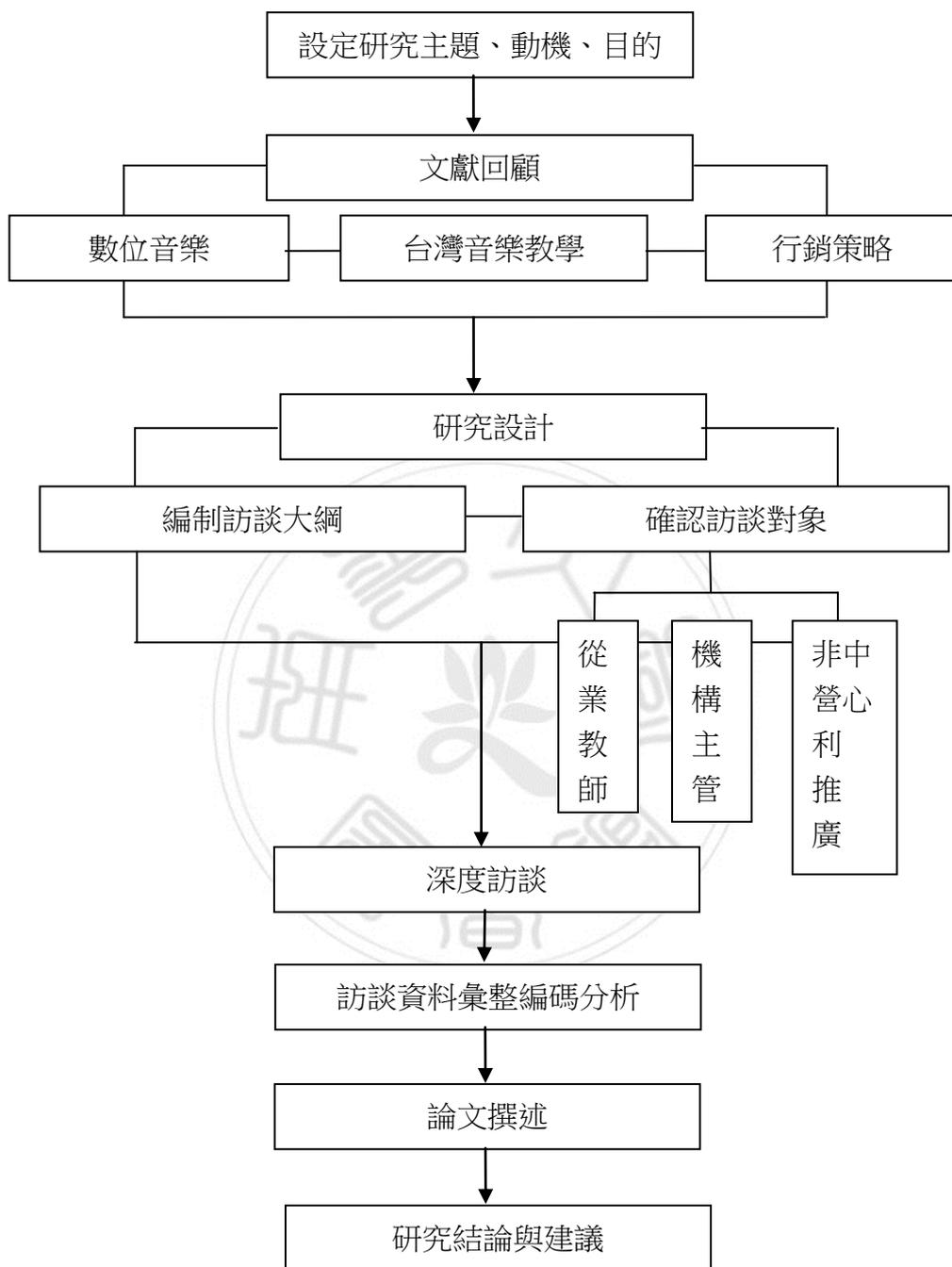


圖 1.1 研究流程圖 資料來源：本研究自行繪製

## 1.5 研究限制

本研究以數位音樂教學從業教師、數位音樂教學機構及推廣數位音樂教學課程學校負責人進行個案研究，但因數位音樂教學在台灣屬於剛起步的狀態，所以訪談的對象及文獻資料較為稀少以至於研究進行較為困難。本研究以數位音樂教學作為個案研究，以探討台灣數位音樂教學現況以及提供未來發展作為參考。



## 第二章 文獻探討

### 2.1 數位音樂

#### 2.1.1 數位音樂起源

人類音樂創作起源最早於為勞動說，人類透過勞作耕種時發出的聲響，使用器具時所發出的聲響，皆製成了音樂，從過去至現在，到了二十世紀，音樂創作的境界不再僅限於五線譜上所能紀錄之音符的創作，音樂創作者開始將不同元素聲效加入音樂創作之中，創作者的創意也不再被侷限在樂譜之上的音符，而數位音樂的創作是將各種聲音使他結合拼湊，達到音樂無限制多元化。

在對於過去學習音樂的經驗過程中，五線譜的記譜法它必須是要先備音樂知識的人才會有辦法去進行創作，而在無先備音樂條件下想要創作音樂的人如要使用五線譜來就較為困難，也就不能使用這種方式記譜了（Walker，1978）。而根據（Forest，1995）的研究，幼兒在學習時並不喜歡單一種的學習方法，在進行學習時使用電腦來輔助教學是必要的，尤其在音樂的學習過程中將音樂跟科技結合而成，更能夠提升學習時所獲得的成就與興趣。

在現今的台灣音樂教育依舊著重在古典音樂的欣賞及音樂賞析的能力培養上，在這樣的出發點下缺乏激發創作的興趣難以達到增進創作能力。而傳統的作曲創作在教學上要先學會創作每一時代的曲風、流派的條件下，這樣的教學方法漸漸限制住了學生的創意思考，而數位音樂的創作教學，舉例最初皆數位音樂學習軟體 Music Maker，它將每一音樂素材積木化，隨著學習者的意願與創意而隨意組合，使創意發展達到無限可能。根據（徐和生，2008）的研究，有許多人會將一些風格的音樂與數位音樂混淆，例如電子音樂；但是數位音樂它其實並不一種音樂，他是一種創作音樂使用工具上的演變，與音樂風格完全沒有關係，而數位音樂的發展可分為以下四個時期（WIKI 百科，2014）：

## 一、 起源時期：19 世紀晚期到 20 世紀早期

在古希臘時期具有哲學家與數學家身分的畢達哥拉斯著手研究物理跟聲音的影響下，在文藝復興時期以後的音樂與電子音樂(Electronic Music、Electro-acoustic Music) 接被其深深影響，而 1857 年法國科學家史考特 (Édouard-Léon Scott de Martinville) 發明了聲音紀錄儀 (phonograph)，能將聲音留下但還未能撥放，隨後在 1878 年愛迪生 (Thomas Alva Edison) 發明了留聲機，使聲音除了能被保留外亦能被播放，在 1887 年時埃米爾·貝林納 (Emile Berliner) 發明了出唱盤式留聲機 (Gramophone) 為今日的圓形唱片始祖。

而 1901 李·德佛瑞斯特 (Lee De Forest) 發明了真空管，至此開始錄音技術可以廣泛的用於電子音樂上。而 1919 年至 1920 年間第一部叫做泰勒明的電子樂器誕生了，它是由李昂·泰勒明 (Leon Theremin) 所製造出，並且在 1929 年由約瑟夫·席林格 (Joseph Schillinger) 創作出了為泰勒明這項電子樂器所寫的《泰勒明與管弦樂團第一組曲》(First Airphonic Suite for Theremin and Orchestra)。

## 二、 發展時期：1940 年代到 1950 年代

在此時期德國電子公司 AEG 發展出第一套實用化錄音帶系統「磁音機」K-1，而至此開始磁帶音樂 (Tape music) 開始發展，因為磁帶音樂是用採集錄製的聲音樣本透過錄音工程來剪輯，並且透過多音軌的拼貼進行音樂創作，而磁帶音樂為音樂家、作曲家、工程師、製作人等開拓了一個很大的空間，因為磁帶在當下可以保留相當高的可真性，並且在使用的過程中在播放時可以前進、倒帶、加速及減速，甚至允許錄音過程中不需要的聲音片段無縫的移除或者置換，也因磁帶的成本相較起來較為低，所以這項的發明在當時得到的廣大的迴響與利用。

而此時期的法國也誕生了具象音樂 (Musique Concrete) 具象音樂則是透過多種具體的聲音，這些聲音來源可能包含自然界或者日常生活中，如鳥鳴、蟲叫、風聲、汽車聲、鳴笛聲等，將這些聲音透過麥克風的收錄後重新剪輯透過電子加工來再次創作音樂，具體音樂的先驅者是法國的作曲家皮耶·薛菲 (Pierre Schaeffer)，皮耶·薛菲也利用的具體音樂的手法創作出了「火車練習曲」(Etude

aux chemins de fer)，直到今日也有許多的數位音樂創作是使用具象音樂的剪輯來製成，不同的是電腦因為時代的科技進步在處理上更為便捷也更多樣化富有人性化，而此時期美國、德國、日本的電子音樂也開始蓬勃的發展。

### 三、 擴張、流行化時期：1960 年代到 1990 年代

此時期是電子音樂多產的年代，在此時期的英國，BBC 廣播電視台在 1958 年打造了一座最廣為人知的也最具生產力的錄音室，從 1960 年代後電子音樂的時代來臨了，合成器在此時期問世，而流行電子音樂開始興起，合成器的新興在此時大量被用於樂曲上，並且在 80 年代早期被允許用來主宰著流行音樂及搖滾樂，甚至出了合成器取代某些樂器的狀況，這說明了合成器的重要性。而在此之後，MIDI (Musical Interface Digital Interface) 誕生，MIDI 創造對於精密樂器的強大控制，作曲家經由電腦科技的方法來製造聲音，並且也可以與其他樂器及演出形式上作為結合。

### 四、 近代：1990 年代至今

在近幾年，電腦科技的進步下音樂軟體也漸漸的進步，甚至也演變到了不需要傳統的實體樂器也可以實踐表演。且此時大量的音樂軟體興起，這些軟體能夠助於減輕典型硬體設施的昂貴成本，而在這樣科技日漸進步的環境下，創作音樂的條件亦不在嚴苛，也形成了許多在家製作音樂，透過網際網路將創作的作品公開、傳送，而在這些條件的促使下，電子音樂走向了「電腦音樂」(Computer Music) 甚至到了「數位音樂」(Digital Music)，直到今日作曲家可以透過電腦創作出大量運用到數位音樂的曲子。

#### 2.1.2 數位音樂發展及教育

近年來，在時代變遷的條件下科技發展進步如飛，3C 產品層出不窮，人們的生活品質也因為這些條件下改變很多，而人們的生活因為科技的幫忙提升了便捷性，也因網際網路的發達也造就了使人的生活走向個人化、便利化，然而在科技

發展快速的現在，音樂的教育在隨著科技的進步下使之開放、便捷、多元，彈性化，而數位音樂在音樂教育上能帶來的功能分為以下幾點（蘇金輝，2010）：

### 一、數位音樂教學助於達成全面性教學，提升音樂學習成效

因為音樂聲效是數位化教學中的主要系統之一，而透過創作軟體可以依造學生的課程進度去錄製所需要的樂段，而學生也可以利用這些樂段對曲子來進行更深入的分析，加深其音樂能力。數位音樂的教學也可幫助教師省去繁雜的程序，購買過多的教材來建立互動式的樂理、聽音、節奏的訓練，也可透過數位音樂軟體創造出樂理知識，提升學生的學習成效。

### 二、數位音樂教學增加學習動機，提供創造力發揮的環境

數位音樂軟體除了可以用來創作樂曲上之外，也可以為影片或遊戲來進行配樂，透過編輯上的技巧時情境音樂多樣化，而數位音樂在音樂教育中使教師在教學時的角色由主導者轉為輔助者，使學生自由發揮其創造力，所以數位音樂的教學有助於學生在音樂創造方面的動機、發展性，亦能補足在傳統音樂教學上可能造成缺乏創造力的缺失。

### 三、數位音樂教學可以提供多面向的教學，使學習內容有更多的彈性

在進行創作時，教師可以藉由數位音樂軟體的便捷性在電腦上依學習者的程度去調整，亦可將音樂創作結合多種面向，如電子書、動畫等，而創作軟體這樣的彈性方式也可以使音樂創作者不受場地與時間的限制。

由上述所見，由於科技的發達也帶來音樂教育的方便性，若將電腦的音樂製作技術用於國民音樂教育中來提高全民的音樂方面素質是有利的，因為數位音樂的教育打破了音樂的學習來自於天才有天分的這項觀念，同時它也是個平易近人的老師，可以循序漸進地使沒有基礎的人輕易的入門（羅元豪，2009）。而透過研究也說明了數位音樂的學習在經過創作軟體的演奏來達到創作，結合了人性化與

智慧型的方法，在教學過程中可以使學生對音樂行有更好的發展(Glenn，2000)。

根據(Najjar，1996)的理論，也因為數位音樂在學習過程中，它可以經由網路將自身的作品分享出去，並且將學習的心得與他人分享，使創作音樂過程的不再是孤單，在這樣的情形下也較能提升主動學習的動力，老師也可以從原本只是位資訊提供者演變成學習的夥伴。

但是從音樂教育的觀點來看，數位音樂的所帶來教學方面的方便性，它的科技方面並不是最主要的目的，要如何有效率的使用它來發揮成效運用於音樂方面才是最重要的目標（曾善美，2009）。

## 2.2 台灣的音樂教育

有關於藝術的教育它主要是要使人從主觀變成客觀，從多方面的角度去接納各種形式的存在，藝術本身是透過捕捉與表現內在品質中各型各樣的人們心中的感覺所達到的，而且藝術教育的主要目的是使人們能夠去理解及感覺事物的藝術價值所在，所以我們可以說藝術教育也是種感覺教育，而音樂教育也是如此（熊蕾譯，2003）。

(Gardner，1983)提出每個人都具有音樂的天分，人類發揮創造力的其中一項才能亦是音樂，所以在學習音樂的人中透過過程表現自我，發揮藝術才能的特質，不彈能夠滿足成就感，亦可以發揮想像力並且獲得自身的價值認證。

音樂從古至今不論從東方國家或者西方國家，在世界的各個角落與時代皆會有音樂的存在，音樂是種表達自我感覺的方式，所以有人類的地方就會有音樂的存在，然而音樂既然是種如語言的般表達自我感覺的存在，人類的情感中的喜怒哀樂使說出來的話語皆不同，所以如果在不同的感覺下，如在負面的情緒所製造的出的音樂那麼感覺可能也就不是好的，所以要如何透過音樂的訓練與教育而達到「善」的傳達那麼就是一種考驗了（鄭方靖，1993）。

而音樂教育法被分出了許多流派，其中較為著名的即是達克羅茲音樂教育法（Jaques Dalcroze Eurhythmics）、奧福音樂教育法（Orff Schulwerk）、高大宜音樂教育法（Kodaly Method）、鈴木音樂教育法（The Suzuki Concept），以下方別簡述

介紹：

### 一、達克羅茲音樂教育法 (Jaques Dalcroze Eurhythmics) (蔡覺民、楊立梅，1999)：

達克羅茲認為音樂是對於情感上的反應，人類對內心的情感轉為音樂這就是音樂的起源，而他的教學目標建立在三種感覺上：

#### I. 運動覺得發展：

人在日常生活中很多動作都是在沒有意識的思考想像下完成的，這些都是非自主的動作，若能讓學生學會有意識的使用這種運動覺，那麼學生富有的才能就可以被發揮出來，而透過訓練後學生就能夠聲音和節奏細微的差別。

#### II. 內心聽覺的發展：

內心聽覺是人在對音樂表現及體驗最重要的音樂能力之一，因為能夠不依賴人聲與樂器就可以想像出音樂音響的能力，就好比作曲家能夠不使用樂器透過內心的聽覺就能夠進行樂曲的創作，指揮家也能夠讀著樂譜而在腦中浮現音樂。

#### III. 即興創造能力的發展：

達克羅茲認為所有的音樂表演都一定會有即性創造能力，他強調學生的音樂表演不是造著教師演奏所模仿，而是由學生自己的想像力、記憶力形成以表達自身對音樂的感受。

### 二、奧福音樂教育法 (Orff Schulwerk)：

根據 (許君蕙，2010) 的研究，奧福教學法，他是以團體間的互助合作來達到音樂的學習培養兒童們人際關係中的友愛、和諧特質，而奧福教學法的特色又分為以下三點：

#### I. 活動力 (Activity):

透過活動的安排，讓兒童能夠自然的學習並且理解拍子、和聲、複音音樂、曲式、樂器法等，從遊戲式的學習使兒童在玩樂中能夠親自探索音樂並理解音樂的知識。

#### II. 創造力 (Creativity):

利用觀察與模仿、體驗與理解、創作即興與欣賞運用進而激發兒童的創作潛能，並且讓兒童在課堂中擁有創作動作、節奏、語詞、旋律的自由，去享受音樂帶給他們的歡樂。

#### III. 團體的動力 (Community):

從個人到團體活動或者獨立完成到群體，從音樂的教學中建立兒童人際關係間的互助合作關係。

#### IV. 奧福樹的教學元素 (Orff Tree):

如圖 2.1 以樹的中心「Joy」出發，代表著音樂教學以「喜樂」為教學的中心，而每一葉片所代表的都是奧福教學法要教與學生的內容。

## 奧福樹

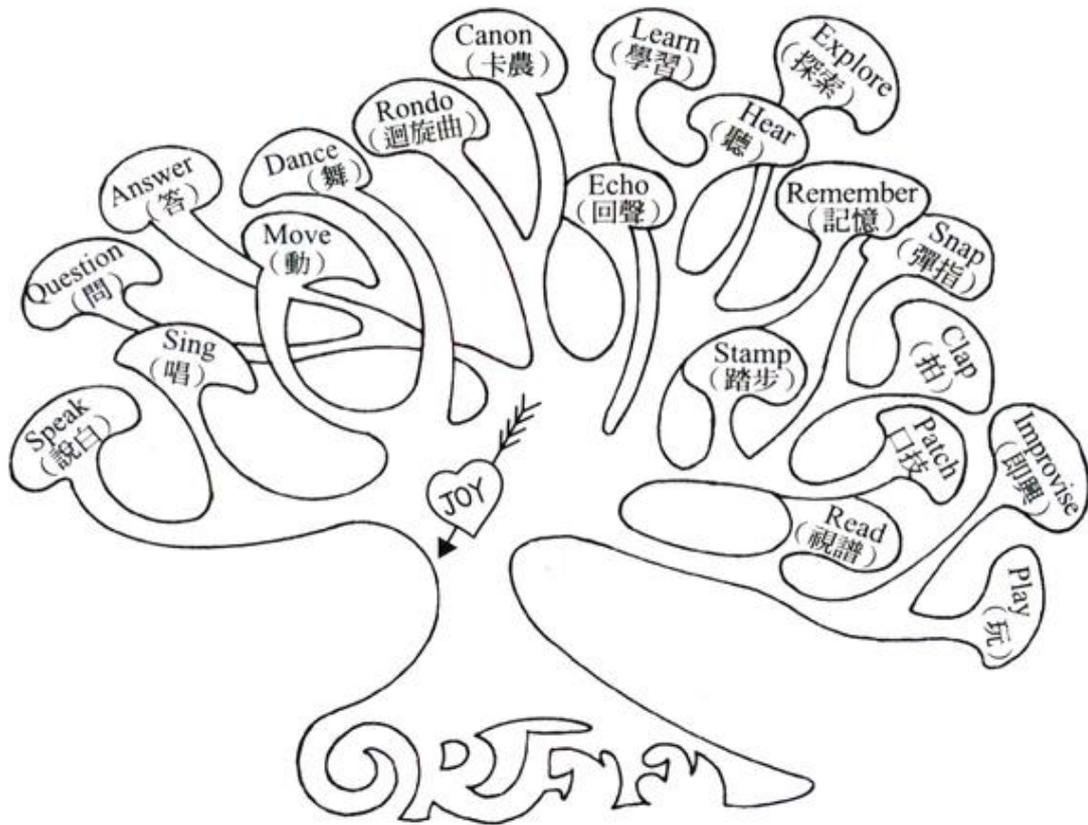


圖 2.1 奧福樹 資料來源：引自《本世紀四大音樂教育主流及其教學模式》

### 三、高大宜音樂教育法 (Kodaly Method) (鄭方靖, 1993)：

根據 (蔡佳紋, 2005) 的研究, 高大宜音樂教育法的特色共分為五點：

#### I. 以民謠為主要教材：

高大宜以民謠為中心作為音樂教育的出發點, 加深學生對於民族文化理解與延續文化。

#### II. 以歌唱為主要導入方式：

高大宜認為歌唱是每個人都會參與的音樂活動, 所以以這種自然的方式讓兒童學習如何掌握音準、節奏、速度、表情這些音樂要素, 即使是樂器教學也以歌唱為基礎。

### III. 同使使用首調唱名與固定音名：

高大宜強調，透過首調唱名唱法可以直接感受到音與音之間的聯繫，是能夠幫助聽力發展與讀譜的能力，而固定音名的唱法是可以建立絕對音高的存在。

### IV. 有系統的音樂讀寫與語唱及聽力的訓練：

高大宜認為音樂能力的學習不應該只是在理論上，更是要用心聽及理解，才能使人的創造力得以發展，因為讀譜由視覺傳達入了大腦進而在腦中形成了聽覺，就算沒有實際唱出，但是內心也已經對音樂進行了判斷，所以讀寫在對音樂教育中是非常重要的。

### V. 以五聲音階導入兒童音樂教育：

高大宜也著重於五聲音階作為音樂教育的切入點，高大宜為匈牙利人，五聲音階是匈牙利音樂民族音樂的主結構，他認為以本國音樂當作教育的起點這樣子是較容易的，反之則反。

## 四、鈴木音樂教育法（The Suzuki Concept）：

關於鈴木教學法，可以說是以四個字來表達鈴木的音樂教育中心，即是「母語哲學」，因為母語的學習對鈴木來說每一個人在學習母語都是理所當然的，所以透過母語哲學」他強調以下六點：

- I. 母語的學習不會有失敗的例子，因為每個人都說自己的語言。
- II. 母語的學習是利用整個環境來教學，整個環境都是孩子的老師，音樂教育若有美好的音樂環境也自然會造就富有美好音樂能力的孩子。
- III. 母語是透過不斷聽與模仿，音樂也是如此。
- IV. 母語的學習是依造孩子的能力來決定進度，而音樂教育若不揠苗助長孩子也絕不排斥。

V. 母語的能力是在快樂學習的環境下培養出的高水準能力，音樂教育也該如此。

VI. 母語學習由小累積自大，而音樂教育也當是。

根據（鄒愛民、馬東風，1996）所提到音樂教育的價值分為了四類，美學價值和表現價值、文化價值與個人或社會價值、治療價值、業餘愛好價值與職業價值。

**I. 美學價值和表現價值：**

人是需要「美」的，美會使人優雅、文雅並且充滿仁慈博愛，在從事音樂教育時同時也是在增加學生對於美感的認同，而且人是需要透過各種形式來表達自我的存在，而透過藝術學生的自我表現將會更多，就可以創造及表達個人的情感。

**II. 文化價值與個人或社會價值：**

音樂是文化整體中的一部分，將音樂這方面的文化傳與後事是社會的責任，各民族都以自己的民族音樂來表達希望、恐懼及抱負，僅有將音樂之中的文化列入課程中也才能獲得文化的理解。

**III. 治療價值：**

音樂也被利用到治療疾病的目的，音樂治療可以使兒童了解社會上的相互作用，激勵兒童，也可以作為一些幫助擁有敵對情緒不擅合作的兒童，讓他們去學習如何與人用合適的態度相處。

**IV. 業餘愛好價值與職業價值：**

每個人都需要額外的休閒活動，音樂是種理想的業餘愛好，它可以積極的主動做一位演出者也可以作為一名聽眾，並且也適合每一個人去作為業餘的休閒嗜好。

我們在學習音樂創作的過程中，他的教育意義並不是說為了培育會作曲的人，是要使學生了解音樂的情感，激發學生對於創作的興趣，也進而達到發展創作的意識及培養出信心，增進學生對作曲的理解，也藉由創作教學給予學生舞台，提

升個人的價值與自信。(王秀苓, 2006) 所以台灣的音樂教育並不是為了培育出多麼優秀的人才, 以下列出台灣國民教育中音樂教育的目標 (鄭方靖, 1993):

### 一、台灣國民小學音樂課程標準目錄

1. 發展兒童愛好音樂、欣賞音樂、學習音樂的興趣和能力。
2. 培養兒童演唱歌曲、演奏樂器的興趣和技能。
3. 培養兒童表現和創作的 ability。
4. 輔導兒童認識、欣賞並學習民族音樂。
5. 啟發兒童的智慧, 陶冶審美情操, 養成快樂、活潑、樂觀、進取的精神。
6. 培養兒童愛家、愛國、互助、合作、服務社會的精神。

### 二、台灣國民中學音樂課程標準目錄:

1. 增進學生愛好音樂之興趣, 並提高其欣賞能力。
2. 培養學生演唱與演奏樂器之技能, 及創作音樂之興趣。
3. 增進學生音樂基本知識, 發展讀譜能力。
4. 輔導學生體認傳統及創新民族音樂。
5. 涵養審美能力, 陶冶生活情趣, 養成學生快樂、活潑奮發、進取之精神, 及樂群合作、忠勇愛國之情操。

### 三、台灣國民高中音樂課程標準目錄:

1. 陶冶忠勇愛國之高尚情操, 激發人類博愛和平之優良德性。
2. 增進音樂知識, 提高音樂能力。
3. 發展演唱與演奏音樂之技能, 啟發音樂創作之興趣。
4. 加強體認我國傳統的與創新民族音樂。
5. 增強欣賞音育能力, 培養欣賞習慣, 藉音樂藝術充實精神生活與美化人生。

綜合上述，我們可以看見音樂教育他並不僅是在乎音樂知性的訓練，也著重於情感上的培養與創作能力的開發。然而音樂教育的創作教學之所以重要，是因為音樂文化的基礎及音樂文化的表現皆來自於音樂的創作，且音樂創作教學的目的並不是培育出作曲的優秀人才作為目標，而是希望透過音樂創作教學培育出學生在成長過程中所富有潛在的創自能力（范儉民，1990）。

## 2.3 行銷策略

根據（蕭富峰，2006）的研究，「行銷」它是指在動態的環境中如何創造出特定的產品以及理念，樂如何去打開通路、推廣產品及訂定它的價格，以便於創造一個價值滿意的東西。「行銷組合」最早是被 McCarthy（1981）提出，其中為產品（Product）、價格（Price）、通路（Place）、促銷（Promotion），簡稱行銷 4P（因為四個因素皆為英文字母 P 開頭），「行銷組合」而此為行銷策略的基本核心，以下做出簡單的概述：

### I. 產品（Product）：

產品的範圍非常的廣泛，它不僅是代表實品舉凡從包裝、保證、售後服務、品牌、公司形象等皆在其範圍內，而產品也是行銷 4P 中的核心，若沒有產品其他則無須再談。

### II. 價格（Price）：

價格是行銷 4P 最具彈性的因素，它消費者願意付出的代價以便獲得產品是，所以它也是競爭的利器。

### III. 通路（Place）：

通路則是考量到了消費者的時間與地點的便利性，使消費者能夠方便迅速的獲得商品。

### IV. 促銷（Promotion）：

促銷包含了個人的銷售、廣告、公共關係等，它是藉著說服提醒消費者某產品提供滿意的雙方交易過程（李旭東，2003）。

之後 Booms & Bitner（1981）在此基本核心上增加了人員（personne）、具

體感受 (Physical Evidence)、流程 (Process)，進而形成了行銷 7P 的理念。

Lauterborn (1990) 提出了行銷 4C 的理論，消費者需求 (Consumer)、消費者願意付出成本 (Cost)、便利 (Convenience) 和溝通 (Communication)。Lauterborn 以消費者需求作為導向，所以重新設定了並且提出以上市場行銷組合的四個基本要素。行銷 4C 理論是經由行銷 4P 理論延伸而來，因為行銷 4P 理論所著重的是在「賣家」本身的考量為出發點，以銷售端來考慮，可是行銷 4C 理論則是考量「買家」為出發點以消費者至上來做為考量，將顧客的滿意度擺為為主要目的。

從圖 2.2 來看，產品 (Product) 若不是從消費者的需求 (Consumer) 狀況去設計，那麼在銷售方面的狀況可能就不會太好，而產品的價格 (Price) 與消費者願意付出成本 (Cost) 若是相差太大無法讓消費者能夠認為他的錢付出去是值得的，那麼消費者的滿意度也會大為降低，接著就是說消費者購買產品的通路 (Place) 與便利 (Convenience)，若是購買一樣產品是有問題需要維修，但是賣家讓消費者處於是無法得到解決問題的狀態中的話，那麼消費者願意再次購買的意願就會大大的降低，最後談的就是促銷 (Promotion) 和溝通 (Communication)，我們在進行促銷的過程中最重要的即是與消費者的溝通，建立個雙向傳達的方式，了解彼此要的是甚麼。

簡言之，行銷 4P 與行銷 4C 是將追求「賣家」的最大利益走為追求「買家」的最大滿意度，本研究為探討台灣數位音樂教學推廣與行銷策略，筆者認為不論是賣家的利益或者買家的滿意度能兼得是最為重要的，故採用行銷 4P 與行銷 4C 作為出發點擬定訪談大綱。

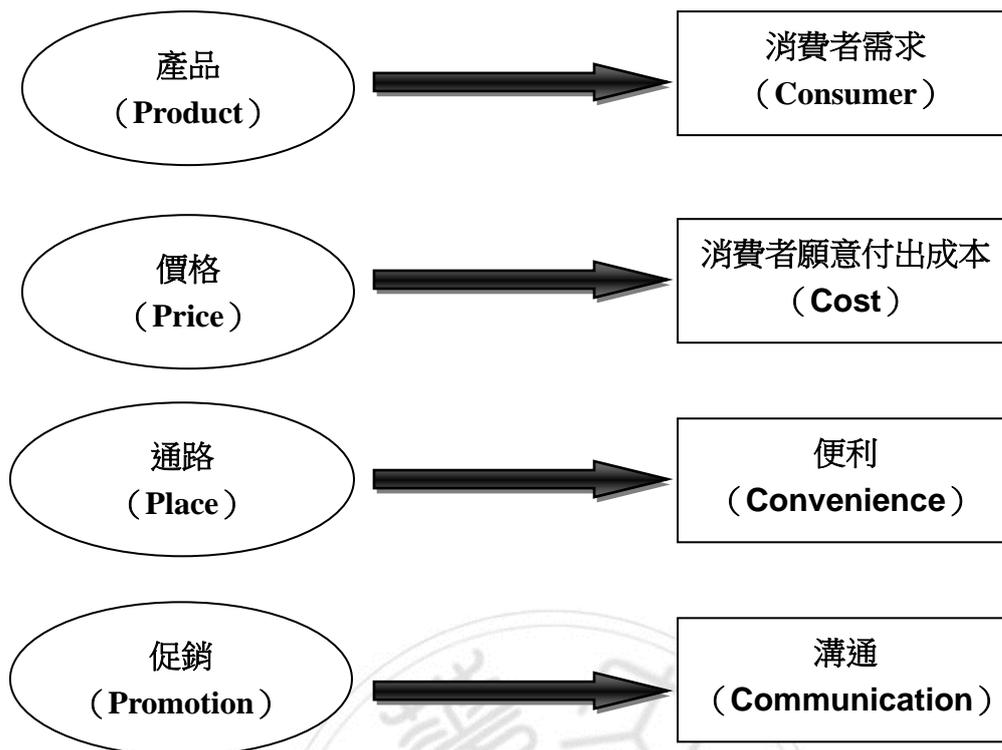


圖 2.2 行銷 4P 理論與行銷 4C 理論對應關係

資料來源：本研究自行繪製

## 2.4 流行音樂產業

流行音樂（Popular Music）指的是西方流行音樂傳播的現況，亦稱做「現代流行音樂」，也是被現代大眾所接受的時下音樂，當然也就可以被稱為「大眾音樂」，但是也因為流行音樂是現代人不可或缺的，所以流行音樂也可以說是通俗音樂、大眾音樂，因為他能夠被大眾接受，成為當代快速流通的音樂，也因為流行音樂與商業活動結合，就好比電視廣播、網路傳播，所以也能稱它做「商業音樂」。而傳統的流行音樂產業鏈如下圖 2.3。



圖 2.3 2001 年流行音樂產業鏈 資料來源：引自（吳佳珍，2009）

圖 2.3 說明了當時的音樂產業鏈的組成是藝人有了關於音樂的想法後透過經紀公司來執行，唱片公司規劃製造出唱片，接著開始推廣行銷，隨後實體唱片發行至零售店再由消費者去購買送達到消費者手中，但是因為時代發展，流行音樂產業練演變成圖 2.4，如下圖 2.4。

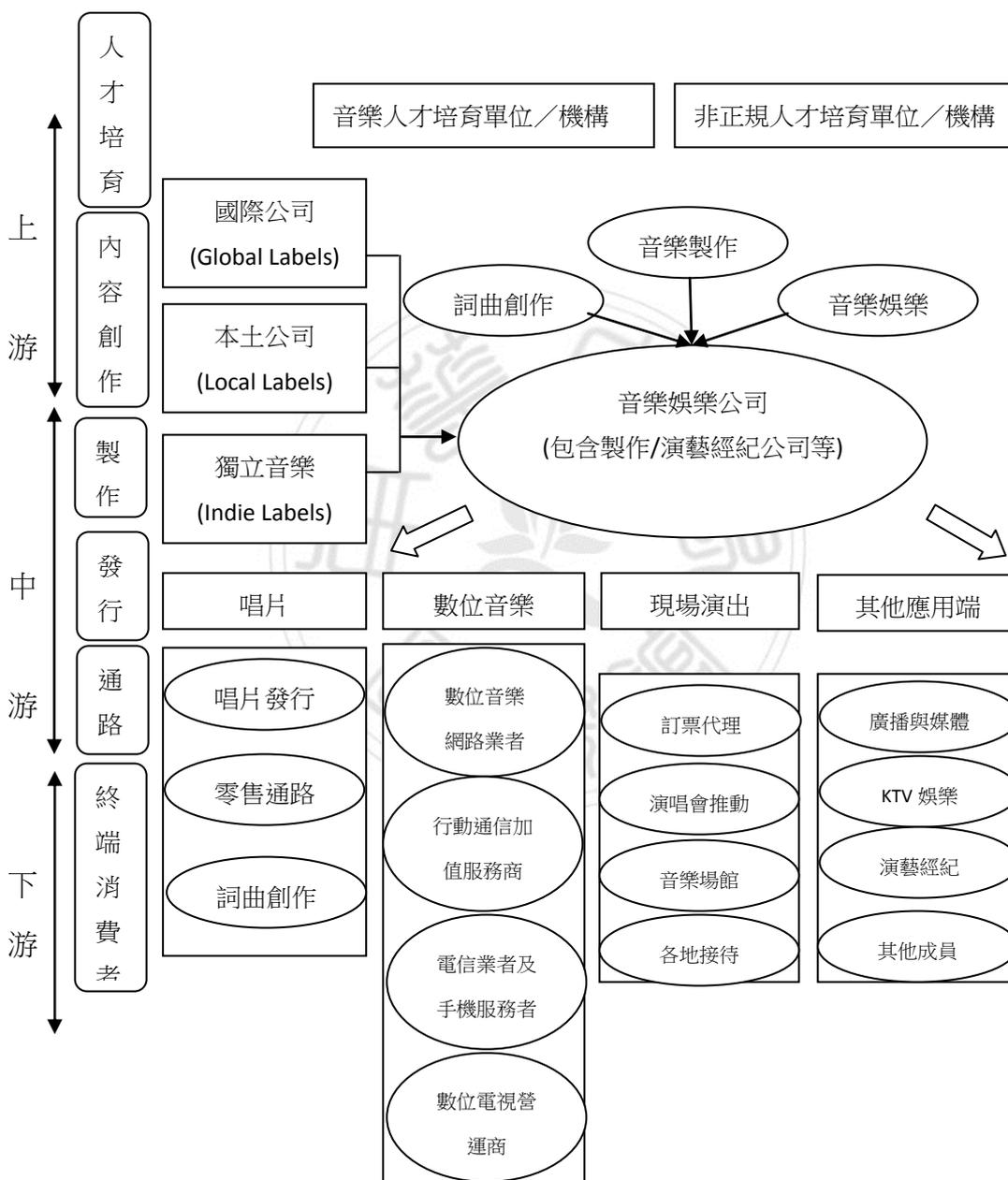


圖 2.4 流行音樂產業鏈 資料來源：引自《100 年流行音樂產業調查》

流行音樂在生活中到處皆是，而流行音樂的產值來員其中一環就是「明星」，也就是歌手。根據（李逸歆，2001）的研究表示，明星的成功除了自身有發展性外語相關附屬企業也有非常大的關連，就好比與媒體之間的關係，而明星本身就是一個產品，不論明星再做任何的演出或者曝光都是在販售自己，就好比歌手在做演唱時就是在販賣自己的唱片，雖然當下並無實體唱片，但是聽眾可以透過歌手的傳達來獲得產品的資訊並且加深其產品印象。

流行音樂產業在民國 85 之前流行音樂產業的產值是非常突出的，也因為世界五大主流的公司在台灣成立分公司，也將世界各地的音樂產品引進台灣，而因為產品的規格從錄音帶變成了雷射唱片，使得產品的音質提升，而整個音樂市場的規模在民國 85 年達到最高峰，但是因為當時台灣本地的受諸多因素限制，台灣的流行音樂市場總銷額開始巨幅的衰退（鄭純如，2005），透過下表 2.1 來看台灣流行音樂產業發展歷史脈絡：



表 2.1 台灣流行音樂產業發展歷史脈絡

時期	社會脈絡	產業特徵			資本
		音樂風格	消費方式	生產模式	
國民黨統治期 1960 年代至 1970 年代初	國家高壓統治 歌曲淨化運動 歌曲審查制度	淨化歌曲	廣播 錄音磁帶 國家慶典	垂直整合 分工模式	日資 台資
民歌運動期 1970 年代中至 1980 年代初	台退出聯合國 台與美斷交 民族主義高漲	淨化歌曲 校園民歌	廣播 錄音磁帶 校園活動	垂直整合 分工模式	台資
產業建制化期 1980 年代至 1990 年代初	台灣經濟起飛 反對運動盛行 歌曲審查制度廢止	偶像歌星 創作歌手	CD、磁帶 校園活動 KTV	協力網路 分工模式	台資
全球化運作期 1990 年代迄今	民主意識崛起 資訊技術發展 國際資本流動	風格多元 百家爭鳴 國際巨星	KTV、演唱會 數位音樂 造星活動	專案彈性 經理模式	跨資 台資

資料來源：引自（張容瑛、周志龍，2006） 筆者重新繪製

也誠如上表 2.1，因為台灣受到跨國的音樂集團進駐，使得軟硬體都快速的增加發展整合，企業的競爭力也大幅度的提高，也就影響到了台灣本地的音樂公司（施韻茹，2004），當然這些因素外也因為盜版的猖獗非法音樂 P2P(peer-to-peer) 的下載衝擊著唱片市場，台灣的唱片業銷售量逐年下降，唱片產業進入了一陣低迷。如下圖 2.5。

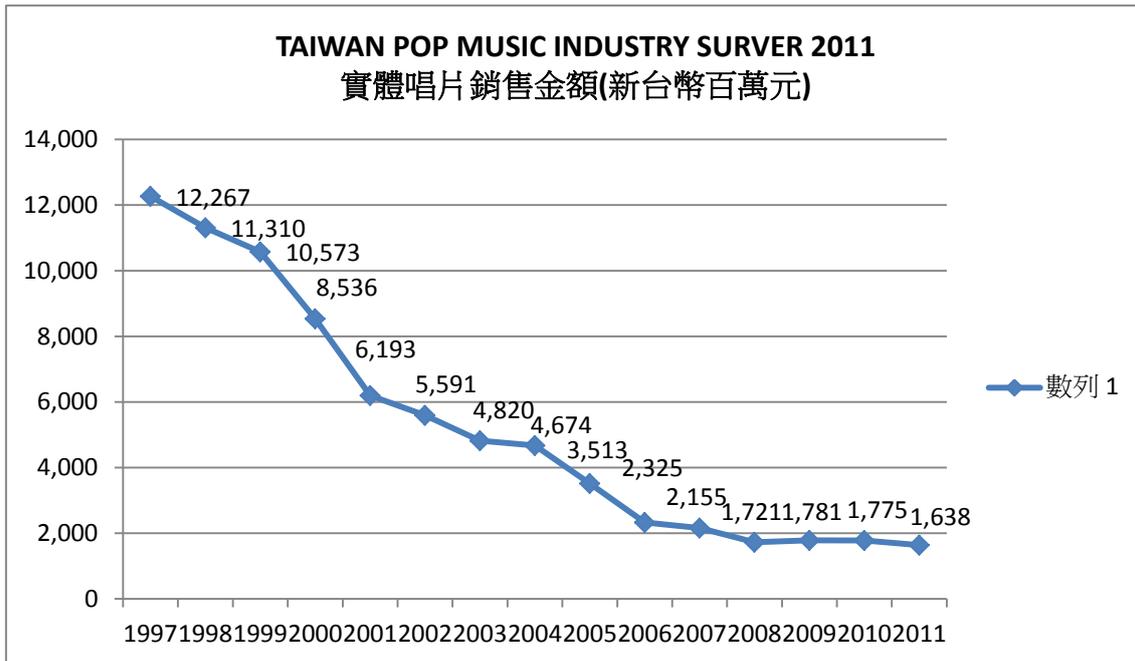


圖 2.5 台灣逐年實體唱片銷售總額

資料來源：引自《100年流行音樂產業調查》

而根據(郭彥豪, 2005)的研究, 台灣流行音樂產業面臨的挑戰有以下三點：

I. 全球下衝擊的競爭：

如前述, 因為世界上一些主流公司近來台灣設立子公司, 而在這樣的產業衝擊下, 台灣的唱片界原本由台灣來主導, 轉變為跨國公司來主導。

II. 盜版問題：

台灣現在唱片界中最嚴重的依舊是盜版問題, 因為盜版侵蝕了合法的業者, 也使唱片界中的人才速迅凋零, 唱片從無到有需要經過創作、企劃、製作及宣傳四個步驟才重一張完整唱片, 但是因為盜版的猖獗導致專業音樂人的收入大幅減少, 也因為盜版的問題也導致台灣的歌手無法專精於歌唱方面的實力, 變成要全方位的具備戲劇、主持等才華。

III. 數位音樂問題：

台灣近年興起的 peer-to-peer, 簡稱 P2P, 這種非法的網路音樂檔案交換提供 MP3 的下載, 更是使唱片業雪上加霜。

### 第三章 研究設計與執行

本研究採用的是質性研究，如表 3.1 所示質性研究與量化研究的不同，因本研究主旨為探討台灣數位音樂教學推廣與行銷策略，因考量到研究對象較為稀少不易使用量化研究來進行，故採用深度訪談來達到資料收集、訪談資料編碼分析，以質性研究作為本研究之研究方法。本章節第一節為質性研究說明，第二節為研究架構，第三節為研究方法、多個案分析法、深度訪談法、次級資料分析法、文獻分析法，第四節為研究設計、研究對象、訪談大綱設計，第五節為研究執行、深度訪談執行過程、深度訪談資料編碼說明。

表 3.1 質性與量化研究的目的 資料來源：引自《研究方法：基礎論與技巧》

質性研究	量化研究
提供社會生活較為深入的探索	描述社會現象是如何普及
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 回答「為什麼」</li> <li>➤ 解釋態度觀點及暴露紮跟理論</li> <li>➤ 祕密的文化意義</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 回答一個「什麼」的問題</li> <li>➤ 為了發現事實及測試理論評估隨著時間人口改變的程度</li> <li>➤ 基於結構因素得到統計資料</li> </ul>
內部人的觀點	局外人的觀點／破除迷思
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 富有彈性</li> <li>➤ 允許含有較小的樣本</li> <li>➤ 資料有較大的效力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 遵循預設的工具</li> <li>➤ 包含較廣的樣本</li> <li>➤ 可量化母群的代表性</li> <li>➤ 在相對短的時間可觸及較大的母群</li> </ul>
研究的過程有助於促進改善	偵測規則性及型態並預測改變

### 3.1 質性研究

「質性研究」亦為定性研究、質化研究、定質研究，而「質性研究」是為了更深入了解人類的行為以及理由，並且在個殊化的考量下去強調並且深度的認識，以及擷取特定人類中的經驗或著更深刻的意義並且理論性的去觀察，質性研究像是提供關於環境、互動的情形、意義、日常生活的豐富細節等地描述，研究重點是在研究者與對研究對象的接觸獲得資料，而這些觀察是無法量化形成其數據。

想要定義質性研究是相當困難的，質性研究在西方科學界中有著複雜的歷史，所以在不同歷史時空背景下談論的質性研究指的幾乎為不同的是或著意義，而質性研究的背景共分為以下五期（胡幼慧等譯，2008）：

第一期：傳統期（the traditional period）：1900年代起至第二次世界大戰止，此時期的質性研究以「殖民社會」的田野經驗及實證主義的「客觀描述」為理念。

第二期：黃金期（亦稱現代主義者期）（the modernist phase）：1940至1970年代，此時期仍受傳統時期影響，但是方法上已經較為具體，也不在限制為殖民的社會研究。人類學家及社會學家開始採用「參與觀察法」來執行研究。

第三期：領域模糊期（blurred genres）此時期因文化人類學者Geertz（1973）提出社會科學和人文科學領域的界線不應該明顯的區分開，所以此時期因為領域模糊所產生。

第四期：表達危險期（crisis of representation）：1980年代中期出現，批判性及女性主義的知識在此時期開始突顯，以往的規範、儀式、生活社會必定議成客觀現象。而學術傳統被反思、批判，也被視為種族、性別、階層的結構力量。此時期的傳統研究標準，包含了信度、效度、推論性等呈現上出了問題，並受到批判。

第五期：目前發展：從上述四期的「質性研究」演變來看，質性研究並非靜態一致共識的學問，是人類對社會知識與知識間的一系列革命，在進行質性研究時富有知識論的背景和歷史定位則可減少許多無謂的爭議。

## 3.2 研究架構

本研究目的為討論台灣數位音樂教學推廣與行銷策略，進而形成了以下研究架構圖 3.1，主要探討台灣數位音樂教學的現況，以及為發展方向的建議，筆者先行閱讀相關文獻收集資料，包含專書、期刊、學位論文、網站資料及想關報導等，以利銜接過去學者研究與本研究之相關性。

本研究以談討台灣數位音樂教學推廣與行銷策略為出發點，採用質性研究中的文獻分析法、個案訪談法、次級資料分析法及深度訪談法，針對推廣行銷部份採用了行銷理論中的行銷 4P 及行銷 4C 來擬訂訪談大綱，接著透過深度訪談分析整理後，進而提出研究結論與建議。

本研究研究架構如下圖 3.1 所呈現：



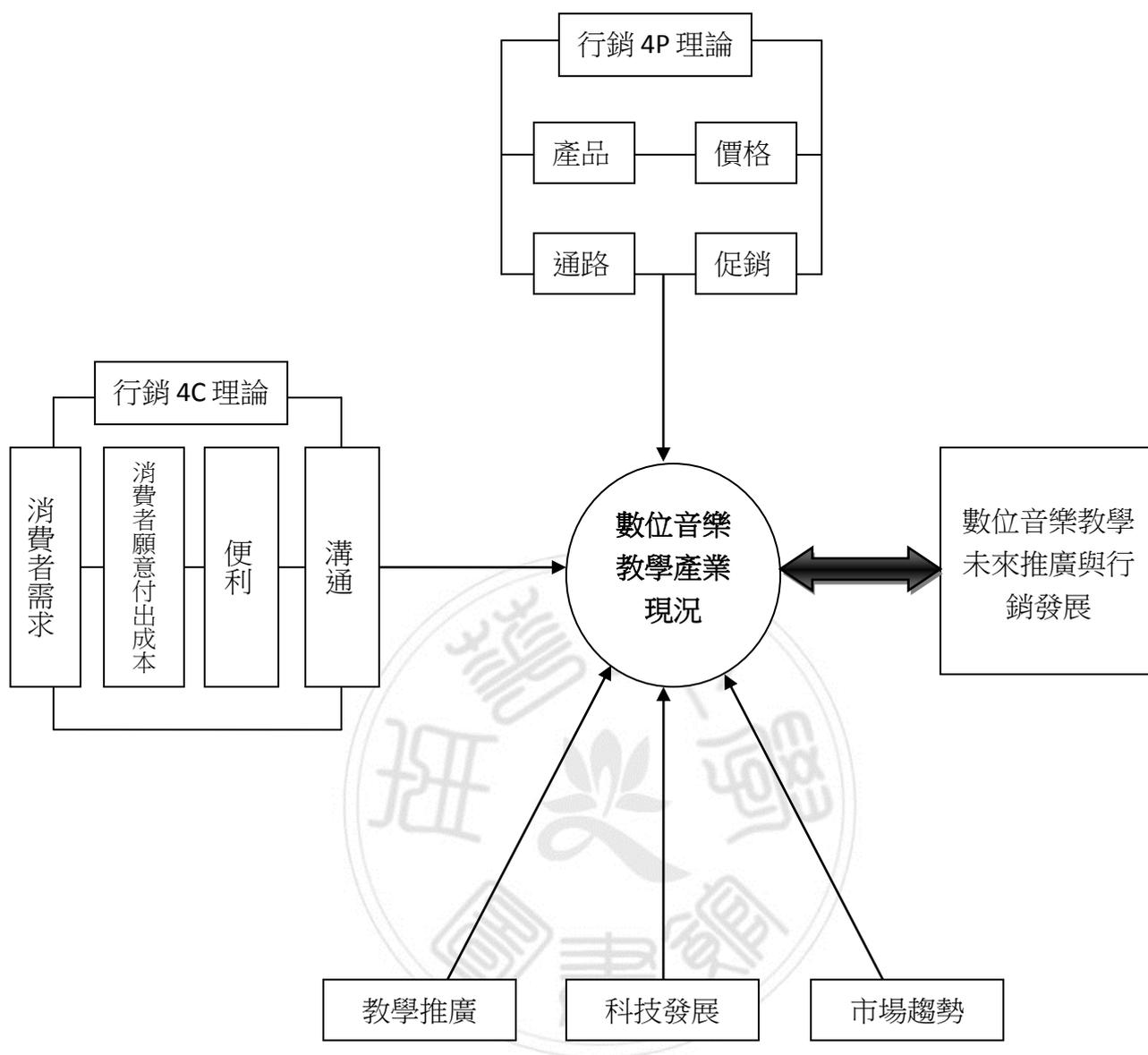


圖 3.1 研究架構圖

資料來源：本研究自行繪製

本研究架構是以行銷策略中的行銷4P理論、行銷4C理論以及教學推廣層面、科技發展層面及市場趨勢進而影響數位音樂教學之現況，而數位音樂教學現況亦影響了數位音樂教學未來推廣及行銷發展，簡言之未來之發展也深深影響現況。

## 3.3 研究方法

### 3.3.1 個案研究法

質性研究的研究方法有非常的多，個案研究就是其中之一研究手法，它是種策略，在進行個案研究時可使用各種方法來切入，例如觀察、訪談、調查與實驗等，使之了解研究其脈絡原因，且個案研究具有特殊、描述、啟發、歸納、探索以及解釋等特性（邱憶惠，1999）。

個案研究法它是屬於質性研究的翹楚，它在執行手續上並無正式的規定，但是必須深入地去描述，個案研究是種採用多元式社會研究法，縱向面來看是個案的歷史資料蒐集；橫向面是生活環境的調查與分析，是集結了觀察法、訪問法、問卷法、歷史法的綜合運用，它不是「廣」的全體研究，亦不是「簡」的抽樣調查，個案研究是有深度重質量俱有精密的研究。（陳月娥，1999）。

以此來看，個案研究法在質性方法中非常特別的資料收集法與整理分析的方法，因為所謂的個案，它可以包含所有的個體，舉凡從人、事、物、團體、機構、方案、決策都在其範圍內（王玉民，1998）。

社會科學研究者經常提及個案研究，就是將焦點及注意力放在某個社會現象的一個或幾個實例上，個案研究最主要的目的可能是描述性的，並且強調過程而非結果，就如同人類學家描繪有文字以前的部落文化一樣（邱泯科、陳佳穎、蔡毓智、姜馨彥譯，2004）。

研究對象在受訪中不在只是個提供資料的機器，而是在面對自己生命的經驗，並且向研究者以語言的方式表達敘述其過程，也使受訪者更為瞭解自己所在的社會處境（胡幼慧，2008）。

個案研究法的特質有以下四項（陳月娥，1999）：

- 一、質性研究：個案研究以質性研究為主，因為個案研究中包含了思想觀念、道德信仰心理衝突，這些皆不易達到量化或者不易以數字呈現，所以個案研究屬質性研究。

二、詳盡深入：個案研究不僅限表面且要有深入的探討，如對受訪者生活史及相關文獻等皆加以考量，可以說是詳盡深入的研究。

三、正確的描述：因於過去的努力使個案研究的技術有長足的進步，如訪談的技巧及紀錄的方式，研究者能夠使之正確的紀載與研究對象的研究經過。

四、非正式手續：個案研究可以不拘泥於時間地點，隨時得注意研究的對象，也並非一定需要有結構性的觀察或著問卷，所以可以說非正式手續。

個案研究也可以是個特殊的案主，可以用單一主題去設計評估並調適情形，適合採用個案研究法是一些可以集中調查的特殊個案（趙碧華、朱美珍譯，1995）而本研究所研究的對象皆為單一對象即為「個案」，研究對象的身分分別是數位音樂從業教師、數位音樂機構主管、非營利數位音樂推廣中心及數位音樂工作者，加以進行深入研究分析，此研究法適合本研究故採用之。

### 3.3.2 深度訪談法

深度訪談即是與人面對面的交流、談話進而了解研究對象的想法及感觸，訪談法它是一種以對話為主要的研究方法，研究者和研究對象之間以語言當作媒介，並且是目標導向的面對面溝通（孫義雄，2007）。

深度訪談是能夠使研究更深入的進行分析，利用事前充分準備與收集的資料和約訪與預訪等前置作業，進行訪談時視情況隨機應變調整，由各個面向來進行剖析來探求事情真相（萬文隆，2004）。

而深度訪談法又分為以下三種類型：

一、結構性訪談(structured interviews)：

將提問的問題順序和紀錄的方式標準化，且把要進行訪談之問題的訪問次序固定，並事先擬定情境，亦不允許研究者在訪談期間依情境或者當下的狀況將訪談問題更動。

二、無結構性訪談(unstructured interviews)：

將研究主題定向後，讓受訪者在不遭限制的狀況下自由發揮的表達，不受限的表達其意見，亦不受訪談提問題的次序固定來進行訪談，但研究者也不可對受訪者進行任何的暗示將受訪者的回答導向對本身研究的需求。

### 三、半結構性訪談(semi-structured interviews)：

事先準備好訪談的題目已擬定訪談大綱，在與受訪者約定好時間地點後進行訪談時，訪談大綱僅為研究者進行訪談時參考使用，在訪談進行中可依情況適當的調整與離題訪談再帶回主題（孫義雄，2007）。

本研究所採用深度訪談法為半結構性訪談，在進行訪談時因訪談题目的制式化導致受訪者不易理解，故訪談時所提問之問題皆經過研究者將問題口語化後提問，且因受訪者的教學經驗與本研究接息息相關，故在進行訪談時不時的脫離主題了解其原因後再帶回本研究所擬定訪談大綱之提項進而研究探討。

### 3.3.3 次級資料分析法

次級資料分析是一種研究的形式，由某個研究者蒐集並處理的資料被用來重新分析，通常為了不同的目的由他人進行分析（邱泯科、陳佳穎、蔡毓智、姜馨彥譯，2004）。而次級資料分為內部次級資料與外部次級資料，內部次級資料的來源可能是銷售紀錄、採購要求、產品設計、市場環境等，外部次級資料則是出版物或者是資料庫，次級資料的來源於各處，可能包含著網路資料、報章雜誌、期刊、書籍、資料庫及前人的研究等。

次級資料的優點在於次級資料能夠快速地被取得也較易獲得，比起初級的一手資料收集成本較低，並且透過次級資料來補助現有初級資料。整體來說，次級資料是對既有的資料再次應用分析來達到輔助研究成果。

### 3.3.4 SWOT 分析法

SWOT 分析法分別講述的是優勢（Strength）、劣勢（Weakness）、機會

(Opportunity)、威脅(Threat)，由這四種理念的第一個英文字建構而成，亦被稱為強弱危機分析法，SWOT 它能夠幫助組織在進行決策時分析出其優勢、劣勢、機會及威脅因素 (Proctor, 1997)。而 SWOT 分析被分為兩大類，第一類是外在環境分析，另一類是內部情境的優勢及劣勢來進行分析 (Barney, 1991)。

筆者藉由此分析法來分析數位音樂教學在市場中的優勢、劣勢、機會、威脅，由進行深度訪談五位受訪者的訪談中去理解目前台灣數位音樂教學的現況，進而從受訪者的回答中去歸納出目前數位音樂教學所面臨的問題。

### 3.3.5 文獻分析法

文獻包含著人類知識中記錄下的資訊，例如文字、圖像、符號、聲音頻率、影像等，並且具有悠遠歷史與當前實用價值之資料。(黎斌麗, 2012)

使用文獻分析法的優點缺點如下 (陳月娥, 1999)：

優點：

1. 容易接近原本難以接近的對象：
2. 未產生反作用
3. 可進行長期分析
4. 可抽選大樣本
5. 自發性高
6. 可蒐集自白性資料
7. 成本低
8. 可獲取高品質資料

缺點：

1. 易誤導產生偏誤
2. 部分資料不易蒐集
3. 資料欠完整
4. 部分資料利用性低

5. 選樣偏誤
6. 語言受限
7. 缺乏標準公式
8. 編碼困難

## 3.4 研究設計

### 3.4.1 研究對象

本研究為探討台灣數位音樂教學推廣與行銷策略，受訪者身分共分為四大類，第一類為數位音樂從業教師，受訪者為 A、E，第二類為數位音樂教學機構主管，受訪者為 B，第三類為非營利事業（大學專院校）數位音樂推廣者，受訪者為 C 為，第四類則為數位音樂工作者，受訪者為 D，共計五人，受訪者名單及受訪時間如下表 3.2：

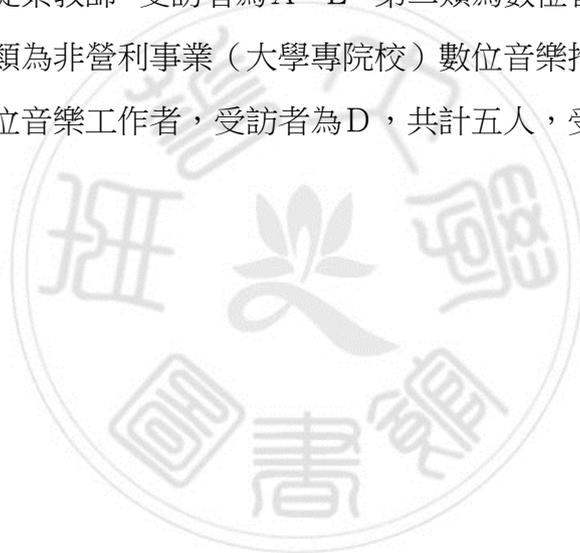


表 3.2 訪談對象及受訪時間表（依照受訪日期排列順序）

受訪者身分	編號	訪談日期	時間	地點	備註
數位音樂從業 教師	A	2014.01.02	12:00-13:00	南華大學	業界年資 2 年多 學生人數個別課 4 人
數位音樂教學 機構主管	B	2014.02.11	16:00-18:30	台中一中 街商圈	成立年限 7 年 數位音樂教師 2 位（包含錄音 師）2 位合作不固定 職員人數 1 位 學員人數 50 位
非營利事業 （大學專院 校） 數位音樂推廣 者	C	2014.02.12	13:30-14:30	勤益科技 大學	業界年資國內 1999 年開始 成立年限民國 97 年 學員人數：數位音樂 10-20 人，錄音工程比較少但也有十 幾人，大多工學院學生
數位音樂工作 者	D	2014.03.23	16:00-18:00	台北捷運 古亭站	學經歷：國小音樂班→國中音 樂班→高中音樂班→大學走 應用音樂 業界經歷：6 年
數位音樂從業 教師	E	2014.03.24	PM 14:00-15:00	嘉義市 文雅國小	經歷：國中音樂班→高中普通 班級→大學音樂相關 進入數位音樂：6 年 教學：3 年 學生數量：除了大班課外，個 人學生：2 人

資料來源：本研究自行整理

### 3.4.2 訪談大綱設計

筆者在確認研究方向後，與指導教授多次討論後擬定出訪談大綱，而訪談大綱共分成三主軸，第一主軸運用行銷 4P 中的產品、管道、價格、促銷擬定出適當題目，第二主軸則為行銷 4C 之消費者需求和慾望、消費者願意付出成本、購買商品便利性、溝通，而第三部分則為未來發展與建議，依此建立出以下訪談大綱，以下為**數位音樂教學機構、從業教師訪談大綱**：

#### 一、行銷 4P

##### ①產品

1. 數位音樂教學本身的主要特色為何？
2. 數位音樂教學的課程等級如何區分？
3. 數位音樂教學的教材如何選擇？
4. 對提升數位音樂教學品質有何建議？

##### ②通路

1. 目前貴機構（教師個人）的學生主要來源管道？
2. 學生主要年齡層、職業別的分佈現況？
3. 是否運用公部門提供的協助管道或補助？
4. 目前運用何種廣告形式增加知名度，及擴充學生人數？

##### ③價格

1. 目前學費收費標準如何訂定？
2. 如果進行學費價格調整，其主要考量因素又是甚麼？
3. 學習教材的收費標準為何？
4. 是否採集體議價的收費模式？

##### ④促銷

1. 貴機構（教師個人）是否固定舉辦成果發表會等相關活動？其成效如何？

2. 貴機構（教師個人）是否與學校、社團建立合作關係？
3. 貴機構（教師個人）在招生策略上有何特別規劃？

## 二、行銷 4C

### ①消費者需求

1. 學員學習數位音樂的主要動機為何？
2. 學員對教學師資是否有特殊要求？
3. 學員對課程教學執行成效有何要求？

### ②消費者願意付出成本

1. 學費的費用級距在多少價格之間最容易被接受？
2. 學員通常每週願意付出多少時間成本學習？
3. 平均每一學員的學習成效時間多久？為什麼？

### ③購買商品便利性

1. 是否針對特定族群主動舉辦數位音樂教學的相關活動？並藉活動同時提  
共教學課程資訊？
2. 是否利用其他活動形式的配合，提共教學資訊的取得？

### ④溝通

1. 數位音樂教學的推動過程中，是否遭遇執行上的困難？
2. 貴機構（教師個人）是否主動參與社區、地方性的展演活動？
3. 購買課程是否提供其他加值產品或服務？

## 三、未來發展與建議

1. 對台灣數位音樂教學市場的未來走向有何看法？
2. 貴機構（教師個人）為未來的發展規劃？短期(2年內)?中期(5年內)?

長期(5 年以上)?

以下為非營利事業（大學專院校）數位音樂推廣者數位音樂教學機構訪談大綱：

## 一、行銷 4P

### ①產品

1. 數位音樂教學本身的主要特色為何?
2. 數位音樂教學的課程等級如何區分?
3. 數位音樂教學的教材如何選擇?
4. 對提升數位音樂教學品質有何建議?

### ②通路

1. 目前貴機構（教師個人）的學生主要來源管道?
2. 學生主要年齡層、職業別的分佈現況?
3. 是否運用公部門提供的協助管道或補助?
4. 目前運用何種廣告形式增加知名度，及擴充學生人數?

### ③價格

1. 學習教材的收費標準為何?

### ④促銷

1. 貴機構（教師個人）是否固定舉辦成果發表會等相關活動?其成效如何?
2. 貴機構（教師個人）是否與學校、社團建立合作關係?
3. 貴機構（教師個人）在招生策略上有何特別規劃?

## 二、行銷 4C

### ①消費者需求

4. 學員學習數位音樂的主要動機為何?

5. 學員對教學師資是否有特殊要求?
6. 學員對課程教學執行成效有何要求?

### ②消費者願意付出成本

4. 學員通常每週願意付出多少時間成本學習?
5. 平均每一學員的學習成效時間多久?為什麼?

### ③購買商品便利性

3. 是否針對特定族群主動舉辦數位音樂教學的相關活動?並藉活動同時提共教學課程資訊?
4. 是否利用其他活動形式的配合，提共教學資訊的取得?

### ④溝通

4. 數位音樂教學的推動過程中，是否遭遇執行上的困難?
5. 貴機構（教師個人）是否主動參與社區、地方性的展演活動?
6. 學習課程是否提供其他加值產品或服務？

## 三、未來發展與建議

1. 對台灣數位音樂教學市場的未來走向有何看法？
2. 貴機構（教師個人）為未來的發展規劃?短期(2年內)?中期(5年內)?長期(5年以上)?

以下為數位音樂工作者訪談大綱：

### 一、行銷 4P

#### ①產品

1. 數位音樂教學本身的主要特色為何?
2. 數位音樂教學的課程等級如何區分?

3. 數位音樂教學的教材如何選擇？
4. 對提升數位音樂教學品質有何建議？

### ②通路

1. 目前貴機構（教師個人）的學生主要來源管道？
2. 學生主要年齡層、職業別分布現況？
3. 是否運用公部門提供的協助管道或補助？

### ③價格

1. 目前學費收費標準如何訂定？
2. 如果進行學費價格調整，其主要考量因素又是甚麼？
3. 學習教材的收費標準為何？

### ④促銷

1. 貴機構（教師個人）是否固定舉辦成果發表會等相關活動？其成效如何？
2. 貴機構（教師個人）是否與學校、社團建立合作關係？
3. 貴機構（教師個人）在招生策略上有何特別規劃？

## 二、行銷 4C

### ①消費者需求

1. 學員學習數位音樂的主要動機為何？
2. 學員對教學師資是否有特殊要求？
3. 學員對課程教學執行成效有何要求？

### ②消費者願意付出成本

1. 學員通常每週願意付出多少時間成本學習？
2. 平均每一學員的學習成效時間多久？為什麼？

### ③購買商品便利性

1. 是否針對特定族群主動舉辦數位音樂教學的相關活動?並藉活動同時提共教學課程資訊?
2. 是否利用其他活動形式的配合，提共教學資訊的取得?

### ④溝通

1. 數位音樂教學的推動過程中，是否遭遇執行上的困難?
2. 貴機構（教師個人）是否主動參與社區、地方性的展演活動?
3. 購買課程是否提供其他加值產品或服務？

## 三、未來發展與建議

1. 對台灣數位音樂教學市場的未來走向有何看法？
2. 貴機構（教師個人）為未來的發展規劃?短期(2年內)?中期(5年內)?長期(5年以上)?

## 3.5 研究執行

### 3.5.1 深度訪談執行過程

筆者在確認研究問題及目的後，進而擬定訪談大綱，透過文獻資料的收集以及與學者的討論後，並且透過相關人士的推薦選出適當的訪談對象，筆者在進行訪談時依照訪談大綱題項進行，但因為訪談的需求擔心過於制式化所以以口語方式提問，並且依照受訪者的身分不同調整問題方向。

在筆者要進行訪談前會先以電子信件聯絡受訪者並說明論文題目及附上訪談大綱，並且告知訪談過程會全面錄音，以便後續資料的整理與分析。詢問受訪者是否接受訪談意願，進一步再以電話聯繫，待確認受訪者理解訪談內容後再與受訪者約定受訪日期地點。

筆者在訪談結束後會先將錄音檔轉化為文字資料建立成逐字稿，再分別標記

受訪時間、地點及日期，若有不清楚的地方再透過電子郵件或者電話與受訪者再次確認，最後再對逐字稿內容進行編碼以利資料分析整理。

### 3.5.2 訪談資料編碼說明

本研究編碼分析將逐字稿分為左右兩欄，左欄為受訪者回答內容之逐字稿，右欄則為筆者分析後規劃出重點及編碼，本研究的受訪者身分為數位音樂從業教師、數位音樂機構主管、大學數位音樂推廣中心負責人，分別以代號 A、B、C、D、E 作為編碼代號，數位音樂從業教師為 A、E，數位音樂機構主管為 B，非營利事業（大學專院校）數位音樂推廣者為 C，D 為數位音樂工作者，編碼順序則以受訪日期順序為主。

本研究訪談大綱分為三主軸，而各主軸又依照訪談提項分項，以下為例：

第一主軸：數位音樂教學推廣行銷與行銷 4P 理論之關聯性

1.產品

1 數位音樂教學本身的主要特色為何?

2 數位音樂教學的課程等級如何區分?

3 數位音樂教學的教材如何選擇?

4 對提升數位音樂教學品質有何建議?

2.管道

1 目前貴機構（教師個人）的學生主要來源管道?

2 學生主要年齡層、職業別的分佈現況?

3 是否運用公部門提供的協助管道或補助?

4 目前運用何種廣告形式增加知名度，及擴充學生人數?

如受訪者 A 對於訪談大綱中第一主軸第一分項第一題提出見解之重點則為 A-1-1-1，如當題中出現兩個編碼則標示為 A-1-1-1-01、A-1-1-1-02，第二主軸以此為例。

## 第四章 資料分析與整理

本研究旨在探討台灣數位音樂教學推廣與行銷策略，藉由深度訪談所得之資料加以編碼及分析討論。本章節共分為三節，第一節為運用訪談資料分析數位音樂教學推廣行銷與行銷 4P 理論之關聯性，第二節為運用訪談資料分析數位音樂教學推廣行銷與行銷 4C 理論之關聯性，第三節為運用訪談資料敘述受訪者對台灣數位音樂教學推廣行銷未來發展與建議。

### 4.1 數位音樂教學推廣行銷與行銷 4P 理論之關聯性

#### 4.1.1 產品

##### 4.1.1.1 數位音樂教學本身的主要特色為何？

台灣的音樂教學趨勢目前依舊是以古典音樂教學著重，古典音樂的教學講求理論及樂器的演奏，而數位音樂教學特色在於它結合了多媒體教學。

根據受訪者 A：「它可以多元學習，我有一堂課我在講配樂，電影配樂、影像配樂，通識課學生大部分不具備樂理音樂基礎，為了要讓他們了解音樂及戲劇的關連，我就讓他們自己用 Music Maker 這個軟體做音樂創作，讓他們自己去體驗一下不同種類的音樂風格它可以跟甚麼樣的情節融合在一起，那像這樣的話我覺得就是對於我的課程來講可以讓學生比較用直接的方式去理解到音樂跟劇情之間的關聯（A-1-1-1）。」受訪者 A 表示數位音樂的學習不僅侷限在音樂這一方面，數位音樂的教學是能夠結合多媒體的，除了在編曲之外，錄音、後製、配樂這些都包含在其中。

根據受訪者 B：「數位音樂主要是跟傳統（音樂）比起來的話第一個它的門檻比較低，所謂比較低是說他不像鋼琴要學很久你才能有個樣子，數位音樂在我們這邊很多學生也都沒有音樂基礎，可是他透過我們的課程，你有心，但是你學完一定有在做，剛剛說的門檻比較低，他也不需要當然你能夠具備音樂底子這一類是最好，你會鋼琴你會吉他最好，但是就是說他進入的門檻比較沒那麼高，只要你有興趣就可以嘗試玩看看，Music Maker 軟體阿，他連小朋友都可以玩，更何

況是大人，老人也可以玩，不過當你的 reveal 是拉到 Reason、Cubass、Pro tools 這些軟體，當然就是要有一定的程度你才能搞得出一首歌啦，差別大概是這樣 (B-1-1-1-01)。」

由此可見，數位音樂學習與古典音樂學習比較起來較容易入門上手，古典音樂在學習時就好比鋼琴來說是要一點一滴的將技術累積起來，但是數位音樂的入門條件比較低，不需要具備相關的音樂基礎也可以透過軟體的學習來建立音樂基礎，且初階數位音樂課程使用教學軟體介面易入手，所以學習年齡受限並不大。

根據受訪者 E：「特色就是發現電腦讓人變得很懶惰，要說數位音樂就要一定要先說類比，類比跟數位差別在於進入數位音樂可以在家做，變成你可以不用花很多錢買器材，不用用非常多類比東西，像以前錄音時你還要剪盤帶過盤帶甚麼的，數位的話就變成全部都濃縮，數位化軟體，軟體幫助很多其實相對的也造成一些滿有趣的問題，就像你都沒有類比概念完全都用數位會變成你只會大概知道這東西在幹甚麼，很多類比轉數位你不知道原本運作原理是甚麼，會只知道軟體這選擇要這樣轉，會有類似問題但我覺得還是要比較深的類比概念，會變得有點像無法靈活運用。古典音樂的理論可以幫助數位音樂的學習，你在錄音時懂得讀譜懂得那是甚麼東西，總比你甚麼都不懂來的有好處 (E-1-1-1)。」

根據受訪者 D：「它可以不求人，因為傳統的製作你寫完曲子必須要找人幫你錄，還要找人幫你唱，就是你需要很多人來合作，但是數位音樂它現在就是有取樣技術，我可以彈出一支長笛我可以彈出一個吉他，或者用手指彈出鼓來，我可以用這樣的方式做，我們說 one men band，一個人就可以去做 (D-1-1-1-01)。」

筆者透過受訪者 D、E 的說法，也發現了數位音樂軟體雖然只是一個軟體，但是它具備了多種功能，可以依靠一套軟體就達到像擁有一套錄音室的器材，也因為軟體內都有內建相關的功能，所以也能夠達到一人「交響樂團的條件」，但問題的癥結點就在於雖然數位音樂使人帶來很大的便利性與快速性，但是因為這些的便利性與快速性，在對音樂沒有先備知識的條件下可能會無法理解數位音樂其中的原理性。

根據受訪者 D：「當然有些東西是人不可能被取代，例如一些 Solo、技法、

獨奏那些人的味道太強了沒有辦法用機器去取代的，那所以一定也要找真人來演它的質感才會夠，但從某些層面來講數位音樂它有個很大的特色因為數位音樂可以獨立地完成一個完整的音樂 (D-1-1-1-02)。」

根據受訪者 D 提到，雖然數位音樂軟體的功能性強大，也雖然能夠使用一些技法去演奏出樂器，但是因為音樂是種「活」的東西，每個人的人生歷練都有所不同，所以每一位演奏者所演出的音樂皆是代表著那位演奏者，就好比一段悲傷的音樂同時交給五位不同的人去演奏那麼所表現出的「味道」與手法皆不相同，所以數位音樂軟體雖然在對於人們創作音樂時是非常快速便利，但是他仍舊是無法完全取代真人的演出。

#### 4.1.1.2 數位音樂教學的課程等級如何區分?

數位音樂雖然學習容易好入門，但是市面上的數位音樂軟體種類眾多，簡易度與需求度都不同，若是學習者具備一些音樂的基礎也將會提高學習的成效，故若將古典音樂理論建立在學習數位音樂的基礎上也將會使學習數位音樂事半功倍。

根據受訪者 C：「初階是音樂導論（必修）因為需要音樂的基礎，包含世界音樂古典音樂流行音樂介紹歷史脈絡、音樂語言創作（選修）、還有樂理，還有 Music Maker 這類的東西比較容易入門，二上開始進入數位音樂創作及軟體運用課程大概兩學期，兩學期完配合 MV 製作和其他的課，三年級就錄音工程 (C-1-1-2)。」

依受訪者 C 所示，若是在大學的課程中，將一些古典音樂的理論基礎帶入了一開始的學習課程，讓學生能夠了解音樂的歷史、風格、脈絡將能幫助學生在學習數位音樂時的作曲理念。

根據受訪者 B：「像我們這邊原則是 Music Maker，任何人都可以上，Reason 是讓他準備進入到數位音樂，最上面就是 Pro tools，原則上你 Pro tools 會用 Cubass 也沒甚麼問題 (B-1-1-2)。」

根據受訪者 A：「個別課的話目前就是像我的話比較基礎的軟體我會帶兩套，一套是 Music Maker 一套是 Max，都比較是屬於運用 Loop 的觀念，所以就是讓學

生可以一邊使用一邊學樂理，這是對於最初階的學生。再來中階的學生他們比較具備樂理知識所以我會讓他們開始做音樂創作，所以他們比較會接觸到的是 MIDI，就是以 MIDI 創作為主的這樣一個軟體，所以我會使用的是 Logic 要不就 Reason，大概是這兩套軟體，就是讓他們開始可以做簡單的音樂的編輯，就中級的課程就是比較著重在旋律跟和聲的搭配，所以讓他知道我有了一個旋律，我應該要幫他們配甚麼樣的和聲和伴奏，這是大概比較中級的課程。那比較高階的課程他才會加上比較後製的東西，像效果器的運用，Automation 的使用、壓縮這是比較高階的課程才會用到的了。看學生的進度及作品決定 (A-1-1-2)。」

根據受訪者 D：「我覺得數位音樂有個前提就是它的軟實力要跑在硬實力之前，這些軟實力包含了你對音樂的 sense，或者你的手指能力你的彈奏能力，這些東西要跑在這些軟體跟器材之前，這些東西你都會的話那它才會得心應手，當然我可以跟你說 Logic 跟 Music Maker 他們會很好入門，原因是因為他們有時候你不用彈奏你就可以創造音樂透過剪貼的方式，但是如果你沒有軟實力跑到硬實力之前，不然就算告訴你這些東西都可以貼可是放過來就會搭不起來，因為你的軟實力還沒建立好，所以套入電腦裡套入軟體裡就激不出火花來 (D-1-1-2)。」

根據受訪者 E：「學數位音樂我最早從基本的音樂五大元素慢慢帶，還有樂理概念也會拿來做區分的標準，因為當你在做數位音樂你沒有甚麼樂理概念…有好有壞，好處是你知道怎麼去運用這些東西你知道和弦和聲是甚麼，壞處是反而是你和弦概念太好反而被制約住，我接觸到一些學生很有趣，我遇過一些學生他不太有和弦概念但是它會有不太合常理的天馬行空的想法，不太合常理的和弦進行方式，但是聽起來就滿有一回事的，所以我覺得有好有壞但也沒有所謂的對或錯，尤其是科班出來的很容易發生被樂理觀念侷限住這樣的問題 (E-1-1-2)。」

以上五位受訪者皆表示，數位音樂的課程教學中若是學習者先備相關音樂理論、基礎知識及樂理那麼學習起數位音樂更能夠得心應手，使創作的作品品質能夠提高，並且能夠理解創作音樂過程中所使用到的每一項因素運用到軟體中的每一個功能是為什麼，而不是只是單純的想到可以這樣用卻無法理解其中的道理。

透過表 4.1 所見，初階的數位音樂課程幾乎都是從 Music Maker 帶入教學，

因為 Music Maker 的軟體介面較簡單明瞭方便操作，運用像積木般的素材堆疊、拼貼就可創造出一首曲子，所以大部分數位音樂教學者皆會使用 Music Maker，中階的 Reason 主要是更著重於曲子本身的和聲與弦律的搭配，高階的課程則是 Pro tools，著重於錄音工程方面的表現，曲子的後製作。

表 4.1 教學軟體使用差異度

研究個案	教學軟體使用		
	初階	中階	高階
A	Music maker	Reason、Logic	Pro tools
B	Music maker	Reason	Pro tools
C	Music maker	Pro tools	
D			
E	Logic		

資料來源：本研究自行整理

#### 4.1.1.3 數位音樂教學教材如何選擇?

在台灣因為數位音樂課程較為新穎，所以還未有人出相關的教材書，大多都為軟體的使用工具書，所以目前在台灣的數位音樂教學環境中教材尚未達到一個共識，在使用教材的方面上授課教師皆是以自身的學習經驗自行編輯教材，透過不同的媒介在授與學生使學生達到學習成效。

根據受訪者 B：「數位音樂它很新以沒有教材，原則上都是靠我們進修在加上自己本身一個音樂上的認知能力，再加上長期教學累積下來，因為現在網路資訊很發達，這方面的資訊一定是國外最多的（B-1-1-3）。」

根據受訪者 C：「老師們自己編輯，我們所學的跟學生需求自己把教材介入，

還有業師協同教學所以有六周業師上課 (C-1-1-3)。」

根據受訪者 D：「現在坊間有一些這樣的教材，他分兩種，有些是軟體的，他跟音樂沒有什麼關係是教你怎麼使用軟體，有點像工具書這樣，可能就是告訴你些操作的方法，但是他沒有提到音樂的部份，他是告訴你怎麼來用這個軟體 (D-1-1-3-02)。」

根據受訪者 D：「另個就是教你怎麼做音樂了，有這樣的教材。其實他開始有些制式化了，例如告訴你怎麼打鼓或者加入 Bass，例如告訴你什麼風格可以怎麼做，你照著他的方法就可以做出依個很基本初級的音樂，但這有好有壞，領進門是領進門了，但是如果不知道怎麼活用就變得只會制式化只會那樣用 (D-1-1-3-03)。」

根據受訪者 E：「我的課程有教材，但我都是用擷取的，網路的影片，很多時候以學習的角度自學比別人灌輸你還好，我給學生的東西就是給他一個概念或者題目，我希望她上網路找資料給我不是我把東西整理好給他 (E-1-1-3)。」

由上述五位受訪者表示，因為數位音樂的教材是屬於比較「活」的，目前坊間所出版的大多為軟體使用工具書，大部分的教材還是得透過教師在自我學習時的經驗，或者是相關的影片音樂片段擷取作為實作教材使用。

#### 4.1.1.4 對提升數位音樂教學品質有何建議？

數位音樂的教學還不如古典音樂教學的普遍，數位音樂教學的課程在台灣也才剛起步幾年，所以依舊是以少數者的身分位處於台灣的音樂教育中。

根據受訪者 A：「學校的話我是覺得本來就應該帶入這樣子的教學，因為像就整個創作在業界中是需要大量人才的，其實台灣非常需要，因為台灣這幾年就是開始電影廣告的發展，台灣開始需要大量的製作音樂部分的人才，可是你看我們大學音樂系裡面畢業出來的學生沒有人在做這一塊，音樂系畢業的學生能幹嘛？到最後你只能到琴行裡面去教琴，可是實際在作音樂創作的人沒有，我們的音樂系培養出來的學生沒有人才出來做這些業界該有的東西，所以我覺得事就學校導向來講的話我覺得學校是可以廣為開設這方面的課程，因為這個社會是需要的

(A-1-1-3-01)。」

根據受訪者 B：「提升數位音樂教學品質老師本身還是要具備音樂能力比較好，找一個音樂系來教或者找一個不是音樂系還是有差別，所以還是希望老師本身具有音樂能力，因為他不像傳統（古典音樂教學）的東西，你要老師再去進修可能也不太需要，數位的東西是不斷在進步，所以要一直去追求那部分的資訊

(B-1-1-4)。」

根據受訪者 D：「軟實力跑在硬實力之前，因為數位音樂還是個工具，你有 sense 能夠駕馭他的話那就會把它用的很有質感 (D-1-1-4)。」

以上三位受訪者均表示，不管在學習數位音樂或者在教導數位音樂者，如果能夠具備音樂背景是最好的，而目前從事古典音樂教學的教師人口已經達到飽和，而教學市場也因為少子化日漸萎縮，台灣的配樂人才是個龐大的缺口，因為人手不足導致一些廣告公司向國外購買罐頭音效，但是如果學校的教育能夠與業界產值所需作為結合，那麼學生畢業後即可與業界接軌，而市場的需求也能達到平衡。

但是數位音樂與電腦、科技設備沒辦法脫離關係，在學習數位音樂的過程中首先需要具備的是電腦，接著是鍵盤、監聽耳機…雖然有些數位音樂軟體本身就具備了一些混音器的功能，但是與真正的使用類比器材錄音工程比較起來軟體內建的東西仍嫌不足，根據受訪者 C：「第一個當然是設備，因為沒有設備就無法做，再來就是學生要常常去摸她，所以要開放給學生用因為設備很貴，學生要購買是很困難的，但這東西就是要用因為她也會落伍也會過時，不給學生用學生就學不到東西，因為是技術性的東西要不斷地摸，愈摸愈熟練就會最初更好的作品

(C-1-1-4-01)。」

根據受訪者 E：「學校方面的教學建議的話我希望預算能多些，以我學校以前當例子就是可能剛創辦設備器材不夠好，像錄音室隔音就不太好讓錄音起來不太順利，所以經費不夠錄音室品質無法提升或者器材數量，雖然沒有錢有沒錢的作法，向學生會比較有創意，我們當時雖然器材比較沒有那麼的棒，但我們用有限的東西做無限的創意做出更多火花的作品，反而現在學生在有了良好設備就問要怎麼用一天到晚收集好的東西追求器材，我覺得這並不會是個好事，當然學校設

備還是要足夠，對個人的話就是像我希望如果預算夠，你想學編曲就可以買台蘋果電腦，使用 Logic，我們可以從 Loop 慢慢做些簡單的拼貼，其實最快，因為其實 Logic 就是出了之後影響業界生態滿多的這套軟體，蘋果他因為貴，硬體還好但是軟體很棒 (E-1-1-4)。」

## 4.1.2 通路

### 4.1.2.1 目前貴機構（教師個人）的學生主要來源管道?

筆者在進行訪談時發現目前數位音樂的學生來源管道依舊是以先有過體驗課程後再來上課的居多，根據受訪者 B：「我們都是網路或者是介紹居多，因為像 Pro tools 他想學就會上網查，成交率居高，肯上來二樓（機構二樓）幾乎都會上課，網路來的，也有一些現有老師跟學生來上過課介紹的，廣告是需要但目前我們沒有撥出這個預算，當然會有差 (B-1-2-1)。」

根據受訪者 E：「朋友介紹或者是我學校大班課學生有興趣繼續找我來學 (E-1-2-1)。」

根據受訪者 A：「學生年齡層大概都高中到大學，大學學生就是我上通識課然後有興趣來跟我上私人課的，也有老師來跟我學習，小朋友的話就音樂風格來說他們可以非常天馬行空，大人的話就會局限我現在要做甚麼風格，對素材的使用也會比較小心翼翼 (A-1-2-1)。」

由此可見，多數學生來源管道是透過先有過體驗過的經驗，認為對數為音樂課程有興趣後繼續找尋學習的管道，但是較少是因為自發性的去尋找學習管道，或者是拿到數位音樂的宣傳文宣而直接有興趣去學習的。

### 4.1.2.2 學生主要年齡層、職業別的分布現況?

筆者在透過與五位受訪者的訪談後，目前學習數位音樂人士身分居多還是學生為主，可能是因為學校與業界合作的課程，又可能是因為接觸過一些體驗課程，甚至是講座。

根據受訪者 A：「學生年齡層大概都高中到大學，大學學生就是我上通識課然

後有興趣來跟我上私人課的，也有老師來跟我學習，小朋友的話就音樂風格來說他們可以非常天馬行空，大人的話就會局限我現在要做甚麼風格，對素材的使用也會比較小心翼翼 (A-1-2-1)。」

根據受訪者 D：「小朋友居多，但我有教過成人 (D-1-2-2-01)。」

根據受訪者 E：「目前都是學生 (E-1-2-2)。」

根據受訪者 B：「一般還是以大學算比較多，社會人士也會有高中也會有，在往下就是小朋友參加數位音樂冬夏令營，國小學生 (B-1-1-2)。」

根據受訪者 B 提到，社會人士也有，而筆者在與受訪者 B 的時候談到，因為目前台灣的古典音樂教育市場逐漸達到飽和，甚至也漸漸出現師資比學生人數還過多的情況，也有自營非連鎖的音樂教室機構主管前來學習，希望能夠運用數位音樂教學的課程達到轉型而改善在市場逐漸招生困難的問題。

#### 4.1.2.3 是否運用公部門提供的協助管道或補助?

目前因為數位音樂教學在台灣還不算是廣為人知的地步，所以政府方面對於課程教學的補助也不是那麼的廣泛，所以在與受訪者討論後，大多數的補助都是在於設備的經費，較少是對於課程學習的費用補助。

根據受訪者 B：「我們每年都有經濟部工業局，每年都有申請，有個數位內容去作申請補助，我們是針對數位音樂，因為它屬於中高階我們就用 Pro tools 去申請 (B-1-2-3-01)。」

「政府這部分的預算愈來愈少了，他從去年開始先讓長期養成班的公司先去申請，這樣對我來講時數太多因為它要 200 個小時以上，畢竟台中這種老師（數位音樂）很少，你要請老師下來，要付他們高鐵費用又要給他們很高的鐘點費成本不符何，那對於一個做生意的角度這樣不會賺錢那我幹嘛還做？去年是因為工業局還有剩的錢，就問我們要不要開，像我們申請就是短期的，就只有 24 個小時，他們當然也是開放長期的先申請，可能明年看還有沒有剩的錢會再問我們吧，因為公家機關其實就是有多錢就要花掉，就會問我們要不要開，我們招生還是一樣招，有補助就會變成學生撿到便宜，當然要申請也可以但是就是師資不夠，如

果我們是在台北的話就會比較容易，因為老師多，原則上有補助我們就盡量會申請，但有時候公家機關的補助申請真的很困難，因為你明明看到了可以申請，但是又一堆受限就會更困難，有我們還是會申請，因為對招生來講省費用招生所們就會容易些。(B-1-2-3-02)」

根據受訪者 C：「但市場舞台也是一個嚴重的問題，因為我們整個社會人才真的缺乏舞台，所以很多人都人才外流，所以我們想盡辦法去創造我們的舞台，但是很辛苦不容易，只有少部分人受惠，包括我們的文化部，都是少數知名人士受惠，對一般人或獨立創作地下樂團他們就幾年消失，因為沒有錢就撐不下去，這是台灣的生態。(C-1-1-4-02)」

根據受訪者 D：「目前是沒有，可是在學校時有類似的經驗，系上或者國科會雲嘉南教育計畫之類的 (D-1-2-3)。」

根據受訪者 E：「以前我們一群人申請一個對樂團的補助讓你可以錄專輯之類的，但詳情我記不太起來了，也是對於創作但教學還沒有 (E-1-2-3)。」

#### 4.1.2.4 目前運用何種廣告形式增加知名度，及擴充學生人數？

筆者在透過與五位受訪者訪談的過程中，發現除了受訪者 B 與 C 較主動於推廣數位音樂課程之外，A 與 E 因為將數位音樂的教學作為副業，主業為其餘項目，所以對於推廣課程招生方面較為順其自然，而從受訪者 B 談到，因為受訪者 B 在八年前運用過報紙夾單、派發 DM、製作關鍵字等方式來增進學員人數，但是招生效果彰顯不大。

根據受訪者 A：「順其自然，因為的學生都是每一年每一學期的大堂課來，她們人數都會換，有興趣就可以找我，所以我比較不需要擔心去打造行銷策略方面 (A-1-4-3)。」

根據受訪者 B：「沒有耶，因為曾經花過但是沒有效，比較早在 8 年前我們有廣告單夾報、登報紙，也有網路上關鍵字但完全沒效，可能是早在 8 年前大家不熟，但我覺得現在透過口碑介紹比你撒一萬張的 DM 有一個來已經很好了，所以我現在第一個就是認識人再來就是做口碑是行銷，我覺得比登廣告好很多，曾經有

過但效果不好，很多年都沒有花這種錢 (B-1-2-4)。」

根據受訪者 C：「目前我們會作一些課程行銷，有課程說明會，讓學生知道我們在做甚麼，基本上是校內，我們會在系上做，其他系學生會上網去看 (C-1-2-2)。」

根據受訪者 D：「我有個人網站，目前是這樣，那個其實是當有人找上來時我有個管道可以快速提供作品集，所以我的網站是充滿作品主要是作品的部分 (D-1-2-4-01)。」

根據受訪者 E：「如果說是行銷的話我覺得是口碑，就是誰會幫你介紹這樣，因為現在滿多案子是透過誰誰誰來的這樣，直接找上來的有但不會是大宗 (D-1-2-4-02)。」

根據受訪者 E：「目前沒有，因為教學這塊是副業，不管是數位音樂或者是其他的如爵士鼓，愈教愈生氣，學生要學不學花父母那麼多錢卻又不好好學很糟，然後我之前也有在大學兼課在數位音樂的教學 (E-1-2-4)。」

因為數位音樂在近幾年才開始在台灣慢慢推廣打開知名度，亦或許是創作型歌手在螢幕前的活躍度增加，而漸漸地也因為創作音樂錄製音樂的門檻降低，年輕人都擁有成為明日之星的夢，所以數位音樂課程也逐漸地推廣出，但是招生方面來源依舊是透過口碑式的宣傳達到的效度較高。

## 4.1.3 價格

### 4.1.3.1 目前學費收費標準如何訂定？

在台灣的音樂教育市場中，古典音樂的授課價錢不管在連鎖的音樂機構或者自營的音樂機構中價錢幾乎不會差異太大，但是因為目前的數位音樂教育市場中因為還較為不普及，所以目前的數位音樂教育授課價錢還較無法達到一個公訂市場價，所以授課教師幾乎都是從自身在古典音樂教育的個別樂器課的授課價錢延伸而來。

根據受訪者 A：「一個半小時 1500，一禮拜一堂課，其實這個是從我的個別課學費延伸，因為我在教鋼琴時就是這樣也沒想過另外定價錢 (A-1-3-1)。」

根據受訪者 B：「初也是從很便宜的價格，當初是三天，現在只做兩天，價格

我們慢慢調，我會先去想一個合理數字讓別人覺得很便宜試試看，價格慢慢調，從 1980 調到 3980 兩天，更早以前是三天，我們價格不會愈調愈高就調到合理的程度，就依這準則定價，兩天共 12 小時的課程 (B-1-3-1)。」

根據受訪者 D：「大概 1000 到 1600，是個別課的部分，其實有時候跟古典樂有點像個人行情問題，就看你最低可以怎麼收 (D-1-3-1)。」

根據受訪者 E：「大概一小時到一個多小時 800 左右。但我也聽過 50 分鐘 1500 或 2000，也是看老師自己訂的價錢這沒有公定價都看老師自己，我大概是上一個多小時這樣 (E-1-3-1)。」

#### 4.1.3.2 如果進行學費價格調整，其主要考量因素又是甚麼？

因為數位音樂在台灣近幾年才開始漸漸的普及化及打開知名度，所以根據受訪者 B：「當初定價很便宜當然就慢慢漲還是要有利潤進來，但也還不會比外面貴因為這樣子就去選擇其他地方，所以一開始就是使用薄利多銷方式進行 (B-1-3-2)。」受訪者 B 當時在推廣數位音樂課程時，以薄利多銷的方式先將課程知名度打開，隨後在將價位提高到能有利潤進入而購買課程的消費者願意接受的價位。

而根據受訪者 C：「包含在學費中，外系也不需額外加修費用，資源共享 (C-1-3-1)。」因為受訪者 C 本身為非營利機構的數位音樂教學推廣單位，所以在推廣課程時以資源共享為出發點。

根據受訪者 A：「目前我沒有想過要調整，可能有些人會覺得有點貴，但就看學生是否覺得值得 (A-1-3-2)。」

根據受訪者 E：「調整學費這點因為它不是我的主業所以我覺得有了就好，也因為跟學生都熟，所以我覺得如果要那麼高的話或許你去找其他大師級的會比較好 (E-1-3-2)。」

承上題，上述幾位受訪者所表示來看，數位音樂教學的課程收費雖然難以有個市場公定價格，大多數的收費標準皆是以教師原先教導樂器個別課程的費用沿用，而前來學習購買課程的消費者是否能夠接受其價錢，就在於消費者是否認為所購買的課程是高 C/P 值（性價比）為自身所能夠接受的。

#### 4.1.3.3 學習教材的收費標準如何？

數位音樂教材因為皆屬於授課教師自行編輯，並沒有正式出版販售，所以筆者所訪談的受訪者們目前的數位音樂教材皆不需要收取額外的教材費用。

根據受訪者 A：「沒有，我的教材是不收費的，是我自己寫的，把檔案給學生讓他們自己印 (A-1-3-3)。」

根據受訪者 B：「因為數位音樂她很新所以沒有教材，但是我現在就有一個講義，我自己編輯不需要收費包含在課程裡 (B-1-3-3)。」

根據受訪者 C：「我們用講義方式在數位學習平台上自行下載所以不需要收費，但是這個東西有智慧財產權，所以希望同學也不要流動，紙本方面因為比較粗淺所以深入的東西放置平台 (C-1-3-2)。」

受訪者 D：「對我來說是沒有 (D-1-3-3)。」

#### 4.1.3.4 是否採集體議價的收費方式？

數位音樂教學課程在執行時設備是最常見的一個問題，因為雖然數位音樂教學課程在進行時使用軟體作為輔助教學，而軟體內雖然皆有內建一些相關功能，但是是一些設備的必要性可能還是無法省略。

根據受訪者 A：「我沒有團體報名因為我只有一台電腦，所以超過的話我無法承接 (A-1-3-4)。」由此可見設備問題在數位音樂教學中還是佔了非常重要的位置，就好比樂器學習一樣，缺乏了樂器在學習上的效果將無法順利進行。

根據受訪者 B：「也會有，像是揪團就有再打折，但個別課一對一沒有辦法，因為成本是固定的，折扣的話我們一堂課 600 元，一人單堂的價錢，那個加一百塊就變成一人 350 元，原則上兩人以上價錢固定，團體班最低一人就 300 元不會管你多少人 (B-1-3-4)。」而受訪者 B 表示，因為受訪者 B 本身經營著教學機構，所以受訪者 B 的設備器材較多能夠進行團體教學，所以也能執行團體報名的優惠價的策略，而達到薄利多銷擴充知名度的方式。

根據受訪者 E：「其實我不喜歡團體上課這種東西，因為學生的素質有些是依

有些是兩百所以很難兼顧課程品質，所以很痛苦 (E-1-3-4)。」

但是從受訪者 B、E 所表示來看，受訪者 B 雖表示有團體報名的課程，但是希望來學習的學員能夠找尋與自身程度差不多的人來進行團體課程，而受訪者 E 也表示她在教學過程中不喜歡團體上課，因為學生的素質皆不同，在進行教學時很難顧及預定的課程進度與學生的學習品質。

#### 4.1.4 促銷

##### 4.1.4.1 貴機構（教師個人）是否固定舉辦成果發表會等相關活動?其成效如何？

音樂發表會是常見的學習樂器者公開演出學習的成果方法之一，不論在任何方面的教育，考試、驗收的壓力能促使人們積極於所學的成果上，而音樂發表會的目的也是如此，但音樂發表會除了使學生展現所學成果，也可以達到廣告宣傳的效果。

根據受訪者 A：「個人學生發表是沒有，但大班課那邊他們自己每年四月會有個音樂季，就是我整班的學生他們會自己上場，學習效果很好，因為有發表會的壓力才能促使他們寫曲子不然曲子都寫不出來 (A-1-4-1)。」

根據受訪者 D：「有，我覺得在數位音樂上是好的，因為對於初學的人來說他們需要一個練習的平台機會跟動力，我覺得在數位音樂上是好的而且成效是有的，不管在推廣還是個人練習是會有幫助的 (D-1-4-1)。」

根據受訪者 C：「每年全國大專數位音樂比賽，在春季辦的活動，今年在四月底，效果非常的好，去年有個屏東的同學來參賽，後來被台北唱片公司徵才，比賽過程中有業界人士來看找尋有淺力特色人找來做後續的發展，因為我與社區營造有在接觸，所以到時候有街頭舞台街頭市集供應學生有個舞台機會 (C-1-4-1)。」

由受訪者 C 所述，舉行發表會除了能夠促進學生的寫作動力外，亦可以使學生與業界人士有所接觸達到了產學合作也為學生的未來出路鋪一條路。

根據受訪者 B：「我們大概從一開始就有了，像今年 3 月 30 日就要辦第 17 次的師生聯合音樂會，每年辦兩次，固定沒甚麼狀況就會辦的，辦完活動完大概會有兩個上下左右來報名，或者甚至一兩年後說有看過我們表演就來報名 (B-1-2-1-01)。」

在與受訪者 B 訪談過程中他表示，每年固定的發表會上，他們總是舉辦著半開放式的發表會，在過去傳統的發表會總是在演藝廳、封閉的空間、音樂教室內等室內場合，來觀賞表演的人總是學員的親朋好友，所以受訪者 B 走出這項傳統，將發表會搬上街頭，在熱鬧的商圈展開發表會，一來使學員在人來人往的道路上演出訓練膽量，二來達到廣告宣傳的方式將機構行銷出去。

#### 4.1.4.2 貴機構（教師個人）是否與學校、社團建立合作關係？

因為目前數位音樂教學還不如古典音樂教學的制度已經有了規範及一套正統的體系，目前台灣各大專院校，甚至國高中小學依舊占大多數的仍是古典音樂教育體系，但若是能將數位音樂的教學體制建立在與古典音樂教育的音樂理論與知識上，那麼台灣的音樂教育方向或許能夠更寬廣些。

根據受訪者 A：「如果有機會可以跟其他學校接觸的話我不排斥(A-1-4-2)。」

根據受訪者 D：「有，但我目前是沒有，我目前在學校兼任，以前在學生時代有在校內舉辦，在我大四時想說要畢業了看可以對系上留下甚麼東西，所以我也開了很多課(D-1-4-2-01)。」

根據受訪者 B：「有，我們一直有再跟學校，像勤益科大的文創系，他們的數位教室跟錄音室建置，也有跟他們做過產學合作辦講座，弘光、嘉大、南華、朝陽、南開、北科大、建國，大專院校居多，高中就大名小名虎尾有上過研習，比較著重大專院校，因為文創數媒跟我們比較接近，系所的選修課程，原則上初期都先教 Music maker，因為通常學生也都沒有音樂基礎，像建國前面教 Music maker 後面教 Pro tools，明道有 Cubass 所以就先 Music maker 再教 Cubass(B-1-2-2)。」

由受訪者 B 推廣數位音樂教學與學校接觸的經驗來看，目前將數位音樂教育帶入院校中始學生接觸的仍不是台灣大專院校內的音樂系，反而是技職體系或者是與文創相關之科系在進行推廣，使學生能多方面的學習達到多元學習的方針。

#### 4.1.2.3 貴機構（教師個人）在招生策略上有何特別規劃？

根據受訪者 A：「順其自然，因為的學生都是每一年每一學期的大堂課來，她

們人數都會換，有興趣就可以找我，所以我比較不需要擔心去打造行銷策略方面 (A-1-4-3)。」

根據受訪者B:「我們比較喜歡辦半開放式的成果發表會，因為也比較好宣傳，密閉式的就是只有學生跟老師還有家長，那也沒有甚麼好宣傳的，所以我都從來沒辦過室內所以就跑一些商圈做表演就可以宣傳 (B-1-2-1-02)。」在以往，許多音樂教室在舉辦成果發表會時他的場地可能是音樂教室地內部，或者是一個音樂廳、活動中心、社教館等場地，但是這些場地的皆屬於密閉式，宣傳效果在好也僅限願意前來聆聽的觀眾，但是若舉辦開放式的音樂會，就好比是將所有經過的人皆達到宣傳效果。

根據受訪者C:「我們有道個個高中職去做說明，把數位音樂推廣，因為這是我們三大領域，其實反應都很好，有很多高中職找我們開這個課程，因為多少有技術性，因為現在大家看不到古典音樂的優勢，所以會需要轉型 (C-1-4-2)。」

目前在台灣的競爭社會中會念書已經不能夠代表甚麼，充實自己的實力附有一技之長將技術專精才能使自己佔有一席之地，因為國民義務教育的影響下，現在人幾乎都擁有大專院校畢業的學歷，在學歷幾乎人人平等的條件下，要如何充實技能使自己凸顯在社會中即是一個重要的議題，而在與古典音樂就業市場機會更大相比下，數位音樂學習也在高中的課程被拓展開。

根據受訪者D:「對我個人來說教學它是我的副業，因為我目前在做電影配樂，所以我主要在這，我會覺得教學是我覺得在我這階段或者想要在產業退休前是要把自己吸飽狀況，攝取不同經驗，甚至說國外的經驗，我有夢想但是我不知道隨著自己的成長這個夢想是不是就不是夢想，我非常想去好萊塢看他們這個產業怎麼運行怎麼去設計，說實在在台灣慢慢看過但走一圈看完後也會發現這些老師也是在吸取國外的經驗，所以我也就想要去國外去吸取經驗，如果我在那邊有個經驗，等我想退休再把這東西交出來我覺得能夠在更多我的經驗，所以我沒有覺得我現在可以去給 (D-1-4-3)。」

根據受訪者E:「我個人的話也還好，隨緣自然就好，因為教學當主業很可怕，會很辛苦 (E-1-4-3)。」所表示，受訪者E認為目前數位音樂教學在這項市場還

不算普及，所以如果純粹用數位音樂教學當主業還是有風險在，所以對於學生的來源並不會採取太過主動的招生策略。

## 4.2 數位音樂教學推廣行銷與行銷 4C 運用

### 4.2.1 消費者需求和慾望

#### 4.2.1.1 學員學習數位音樂的主要動機為何？

在流行音樂產業的發達條件下以及歌唱節目層層輩出，許多具有明星夢的人層出不窮，而當下以自行創作的台灣流行歌手以王力宏、周杰倫具代表。

根據受訪者 E：「主要動機就是他們可能看到一個東西覺得很酷，聽到一些監聽線上編曲，可能有些曲子裡面有一些是 MIDI 有些是真的，或者全都是 MIDI 做的，或者就是那種全 MIDI 管絃樂，或者是半 MIDI 半真的，就一半用 MIDI 做一半錄真的，現在可能很多全都是靠 MIDI 做，因為成本可以降很多尤其在 MIDI 出來後 (E-2-1-1)。」而電腦科技的進步使音樂錄製創作方面門檻降低，也促使懷有明星夢的素人多了條展現自我的出路。且因為數位音樂的學習較簡易好入手，能使學習者減少學習樂器時可能所受到的瓶頸而增加自信心。

根據受訪者 A：「學生喜歡數位音樂，要不就是自己本身在玩樂團，也有一些是老師想要轉型，就是他們學的是古典音樂那一塊，但是他們想要轉型就會想要來學數位音樂這些東西，因為台灣古典音樂市場學生愈來愈少，所以想要學一些新的東西 (A-2-1-1)。」古典音樂的教學市場飽和，流行音樂的市占率高，而從古典音樂走向數位音樂的轉型是必要性的。

根據受訪者 B：「他們就是想要做自己的音樂，其實應該都是對數位音樂這塊有興趣拉，少部分是那種冬、夏令營，如果是那種小朋友國中國小大部分都是媽媽幫他們安排一個寒暑假充實，大部分來的應該都是對音樂創作有興趣 (B-2-1-1)。」

根據受訪者 C：「有分兩類人，一種是因為學分需要，他須要有跨領域學分藝術類學分，有時是需要其他課程需要用到，因為版權問題他不能用別人東西所以

他來學，視實際上的需求。另一種是他本身走這塊產業他在業界有再接軌他本身有在玩樂團，他就非常認真，在作品非常追求作品晚上也會來利用資源，為自己在鋪產業路，畢業後在業界做相關路 (C-2-1-1)。」

根據受訪者 D：「我有遇過一個學生他滿有意思他會知道他想要學甚麼，他的目標就是能自彈自唱，會滿清楚知道她想要學到甚麼樣東西，他是很有判斷能力的人他知道他喜歡甚麼，它就是看到別人覺得很酷就想要學，所以會來告訴我說老師你能教我怎麼表演，可能他要自彈自唱就會告訴我她要會自彈自唱就好，或者是我談個東西給他聽他就會跟我說老師我就是會你這樣彈就可以了，就大概知道他什麼樣的目標 (D-1-2-2-02)。」

根據受訪者 D：「我覺得他們就是想要把自己想像的東西做出來，包括就是要會錄，會想學這塊多少對音樂有認知，軟實力已經先跑，自己有先玩團自己有創作有這樣的基礎想要把它留下來，想要出版、發行，有紀錄的方式就會想要把它保存下來去學這樣 (D-2-1-1)。」

#### 4.2.1.2 學員對教學師資是否有特殊要求?

一般學生在校就學的過程中，對未來的出路都會充滿疑惑，尤其是希望自己現在所學所愛的能夠與未來自己畢業就職的路能走上一致性。

根據受訪者 C：「一般初階學生要求他們其實會期待自己想學的，他們的能力落差很大，他們有問題等業師來能解答時就當下處理，業師會帶著他們業界來的經驗告訴學生，學生對老師業界的能力有所要求，但真正想在這塊地學生她們比較少抱怨，因為對他們來說都是知識 (C-2-1-2)。」

根據受訪者 A：「其實有他們可能也沒有告訴我，因為他們都不會當面跟我說，因為他們竟然找我就會覺得我是可以的，要不然他們應該也不會想來上課吧 (A-2-1-2)。」

根據受訪者 D：「沒有，其實在數位音樂這塊反而還好，如果會來找我是對我沒有質疑的，因為數位音樂目前是比較注重實作，所以學歷部分倒是還好 (D-2-1-2)。」

根據受訪者 E：「通常都是我提出比較高要求的東西，可能限制他甚麼時候就要交出我要的東西，因為現在很多學生自發性學習很低，像我一直以來接觸這一塊（數位音樂）除了錄音相關的東西是我需要藉由系上的課由老師來教導我，但編曲這些我全都是自己來，我的老師是 YOU TUBE，因為上面什麼東西都有雖然不管對或錯，當然有老師有好處就是你不學就有人教，但是這種東西自學比找老師學還快，但其實 YOU TUBE 有影片你只要英文不要太爛，因為功能鍵的字也都長一樣稍微找一下就知道了(E-2-1-2)。」

#### 4.2.1.3 學員對課程教學執行成效有何要求?

根據受訪者 A：「他們比較傾向於一定要會寫出作品來，希望自己是能夠有規律的創作路線，是真的能夠會編曲能夠創作曲子這樣(A-2-1-3)。」

根據受訪者 B：「成果原則上數位冬夏令營一定要有個成果(作品)滿意度都還不錯(B-2-1-3)。」

根據受訪者 C：「有，會一定要有作品，而且這作品一定要讓錄音工程同學錄製完的完整作品，早期像還有一屆學生要做出 MIDI，而且這也是我們的要求，我這邊會要求學長姊對學弟妹要求，因為他們要錄音，過程中也有業師協同，而這樣出來的結果是好的，因為這樣同學會有完整的作品有學到東西(C-2-1-3)。」

根據受訪者 D：「如果他們有想法知道想學甚麼意就會有要求，像小朋友也會，如果現在是聖誕節小朋友就會說想要學聖誕歌，這是種良性的狀態學生清楚自己要甚麼(D-2-1-3)。」

綜合以上受訪者的回答，學習數位音位創作者最主要還是在於對於創作本身的要求傾向於能夠有自己的作品，而透過這樣的課程也拉近了一般人對於作曲是件困難的事的觀念。

## 4.2.2 消費者願意付出成本

### 4.2.2.1 學費的費用級距在多少價格之間最容易被接受?

因為目前台灣的數位音樂教學機構還不如古典音樂教學的機構普遍，市佔率低，所以在業者與業者間的比價上較不容易，而且數位音樂教學課程仍舊在音樂

教育市場較為稀少，物以稀為貴，教學市場上以稀少的數位音樂課程與市占率高的古典音樂相比下較不易尋找學習管道，自然購買課程的消費者也就較能接受其價值。

根據受訪者 B：「其實我們目前來講是 600 到 800（一小時），Pro tools 一定會比較高 1200~1500，個別課，接受度都還 OK，因為學音樂大家印象都不會太便宜，數位音樂學習大概三個月半年也就差不多，但數位的價格比較少人嫌貴，反而是一般樂器的個別課比較容易被比價，數位可能教的地方不多所以不容易，數位來講其他機構大概 800~1000 都有（B-2-2-1）。」

根據受訪者 E：「沒有特別耶，因為學生都接受所以他們也不會調，因為是半玩樂性質，有興趣的學生來找我很開心，因為會感覺遇到以前的自己，所以就是大家玩一玩做東西這樣，所以都覺得還好，因為也不能一直塞東西給他這樣也吸收不了，這是實作的課程它也要會（E-2-2-1）。」

#### 4.2.2.2 學員通常每週願意付出多少時間成本學習？

而根據筆者與訪談者受訪問所得到的資訊是，因為數位音樂的教學是屬於實作形式的，雖然對於音樂的理解及基礎是學習數位音樂課程的輔佐條件之一，但是實際的操作是不可或缺的，且在課程進行中教師們通常都會根據自的經驗尋找素材與學生聆聽並且討論去了解其內涵，且在這樣操作模式下時間往往會耗損的較快，並且因為是屬於實作形課程教師需要理解學生是否是真正的能夠會使用軟體與理解其音樂風格上的運用，所以一堂課的學習時間就必須比傳統的樂器學習課程時間還要長。

根據受訪者 A：「目前來我這上課都是一個半小時，因為我們作曲在課堂上屬於實作性課程，所以相對時間應該要拉比較長，它比較不像理論的課程你跟學生說完了，再請學生回家練習就好，而是我必須要在課堂上看到它實際會操作，那我才能夠放他走（A-2-2-2）。」

根據受訪者 C：「因為我們的作業很多，需要不斷的去接觸，但都看個人因為也無法去評估，因人而異（C-2-2-2）。」

根據受訪者 E：「基本上我覺得是兩個小時，因為滿多時間是必需要聽，我要聽他的作品他要聽我的東西，這是很耗時間的，所以一個半小時到兩個小時是需要的，過程中是需要多聽，可能我現再聽一個原聲帶或看個 you tube，這樣的時間容易把時間耗掉，他無法把時間省略，所以一個小時會是不夠用的(D-2-2-2)。」

根據受訪者 E：「我遇過的學生很少從 0 開始，都自己有點底子玩過摸過，但來我都會讓他從 0 開始，因為我要了解它的基礎，知道他會多少東西，所以剛來幾堂課是碰不到電腦我會讓他聽東西，建立一些觀念，像數位音樂錄音也好工程這些東西是很重要一點是需要理論是什麼，很多是知道師傅等級收學徒的，它可能告訴你這個鈕推到這裡很好聽，可是他不知道為什麼，結果當學徒變成師傅教人也是這樣說推到這很好聽，結果反而很多年後越推越低但還是不知道為什麼，所以還是會讓他從理論學習 (E-2-2-3-01)。」

根據受訪者 E：「平均算下來一個禮拜一個多小時這樣，見仁見智(E-2-2-2)。」

根據受訪者 E：「但也不是全部理論為主，因為我發現以前我也花太多時間在理論上所以實作經驗部分很少，變成我之後要花非常多時間在實作上創造經驗，老師上課說實在理論就可以磨很久，因為有些人的基礎是 0 有些人是 1 有些人是 200 所以很困難 (E-2-2-3-02)。」

#### 4.2.2.3 平均每一學員的學習成效時間多久?為什麼?

根據受訪者 A：「不一定，像大堂課學生就一年，課別課學生我也曾經遇到過它是音樂教室老闆，就是它覺得說我無法帶給她想要的東西他上了兩個月就走了，目前最常的應該是一年多，目前還在繼續 (A-2-2-3)。」

根據受訪者 B：「大概三個月最久，我們課程都有照進度差不多三個月 (B-2-2-3)。」

根據受訪者 C：「因為有退選期很多人覺得無法應付或者不想要他就中斷，但完成課程人數是占多數的，但退選的也大都會回流，因為他們退選只是暫時課業時間應付不來 (C-2-2-2)。」

根據受訪者 D：「差不多半年內，其實這很有趣，來上課的人可能是為了考試因

素所以會比較短期，這東西其實說實在就師父領進門嘛，他進來後學會就可以自己玩了 (D-2-2-3)。」

根據受訪者 E：「老實說我也沒有很著重在數位音樂這塊發光發熱，如果要是等我有經費後出國後再回來，因為我表演方面比較多，編曲或學生就是有舊街沒有就算了，當然有最好 (E-2-3-1)。」

由上述五位受訪者所表示，數位音樂課程是能夠透過短暫學習就可以達到一定的效果，他不需要像傳統的樂器學習可能是需要不斷的循序漸進打好技術的技巧，但是效果達到後自己有了一定的概念與基礎在，之後會發展成如何就在於學生個人的造化，因為數位音樂是個沒有界線的活音樂，是不斷的經由學習者自己去吸收理解變化其創作手法所產生出不一樣的音樂。

## 4.2.3 購買商品便利性

### 4.2.3.1 是否針對特定族群主動舉辦數位音樂教學的相關活動?

因為在台灣目前數位音樂教學並不如歐美國家來的普遍及流行，所以普遍業者會先透過互動式講座、體驗營或者與流行樂團相關方面在大專院校著手進行推廣打開知名度，使較會優先考量數位音樂學習的學生能夠獲得學習的管道資訊。

根據受訪者 B：「我們剛開始做的兩三年前請大學社團來看看數位音樂怎麼一回事或者唱唱歌這樣，因為有時對的時間加上對的事情就有效果，我們可能會先開個講座，再來招生，所以一開始我們有但發現沒成效後來就沒辦了 (B-2-3-1)。」

根據受訪者 C：「有，基本上都是針對學生，例如社團，再來就是我們的相關體驗營，講座會舉辦，因為每年都以固定的次數，請業界人士來說明，我們社團社長會公告，是我們的數位影音社，還有歌唱社，他們有興趣就會前來 (C-2-3-1)。」

根據受訪者 E：「通常我不會去推我自己，但除非我表演完有人在問我才會提供我的教學資訊 (E-2-3-2)。」

根據受訪者 A：「目前就是學生來我這上課，因為設備方面學生家中沒有就會有設備不足的問題 (A-2-3-1)。」

#### 4.2.3.2 是否利用其他活動形式的配合，提共教學資訊的取得?

承如上題，在數位音樂教學面對招生推廣的方面上，因為數位音樂的學習管道除了大專院校和一些高中職裡面學校透過合作進而推廣課程外，在對外是較少有學習管道可以取得的，對外的學習的管道一旦稀少那麼購買課程將不是那麼的方便，所以要如何的使課程資訊送進消費者手中，那麼就是一項問題的存在。而透過與受訪者訪談所獲得的資訊是，目前仍舊是與學校合作，使同學有過類似的體驗活動後再進一步的告知學生課程資訊。

根據受訪者 B：「會，像有的時候會有社團我們會去表演宣傳，去表演不用錢他們都會發資料袋就丟 DM，偶爾會贊助他們，像會刊登廣告，或者是政府活動透過公關公司舉辦，然後找到我們這邊來，或者是有人辦活動、老人院需要表演我們都可以去廣告 (B-2-3-2)。」

根據受訪者 C：「我們會去參加教師的研習營，還有自己的考照再把資訊帶回來，而我們有個文創產業的課程，所以會在課程中交流，還有學校舉辦的研習課程 (C-2-3-2)。」

#### 4.2.4 溝通

##### 4.2.4.1 數位音樂教學的推動過程中，是否遭遇執行上的困難?

由於數位音樂教學在台灣不如歐美的普及，又加上擁有正規音樂教育體制的大專院校的音樂教育都與古典音樂教育為重，對數位音樂的學習不了解也認為不並要，以及數位音樂教學是需要大量的設備來進行學習，所以在這樣不理解的情況與需要大量資金的狀況下，學校所考量的就會更為謹慎，而在推動課程的過程也會加深其困難度。

根據受訪者 A：「學校的困難比較多，學校不願意花錢買軟體不接受課程價值存在，可是我覺得比較主要的問題是學校不了解甚麼叫作數位音樂的製作，他們認為數位音樂製作就是學生只要會打譜軟體就好了，其實數位音樂製作它牽扯到很多層面，項最基本的它包含錄音、包含 MIDI、後製，至少這三個層面都要能夠有。所以如果學校沒有辦法提供一個軟體是這三個東西都能夠讓學生學到的

(A-2-4-1)。」

根據受訪者 B：「執行時一定要有電腦，設備是一個困難，以學校來講一定要有設備，再者我今年有計畫往北部南部辦夏令營，因為有些人建議跟詢問，所以第一個執行困難就是要找電腦教室樂有設備，因為一人一台電腦所以頂多跟學校做合作，另一個困難就是數位音樂老師不是很好找，再來就是培訓的老師也要讓它有課教，如果培訓後沒有課給他也像沒培訓一樣，像我覺得找到適合教數位的老師不是很容易，找資深老師不太可能，找到年輕的也要看它有沒有心，找到有心的理念能力也不太夠，所以地點、老師這些都是困難 (B-2-4-1)。」

根據受訪者 C：「有，一開始很難被認同。因為學校不理解所以會質疑，我們每年就做出成果讓他們看見，因為文化部也在推，但其實產業部分比較弱也會擔心我們學生畢業後是不是會有出入，所以過程中也會被質疑，也因為設備比較貴，還有經費上的問題，學生證照的要求，所以一開始會比較辛苦 (C-2-4-1)。」

根據受訪者 D：「設備，他是最常見的問題但是它不算很嚴重的問題，設備的問題很容易解決，只要他真的有願意的話幾本上是一台電腦一台 keyboard 就解決了，確實因為器材的問題你沒有 keyboard 你沒有電腦，但因為他不是很大的問題你真的要學的話他是必須有的，所以說他不是一個很大的問題但是一個很常見的問題，因為沒有的話就不太能進入一個領域，但如果你是個很厲害的吉他手你可以用吉他的技術去取代 keyboard 是可以的，尤其現在很多設備像我們用琴鍵打鼓也是可以用吉他打鼓的，但就是你還是要有設備 (D-2-4-1)。」

根據受訪者 E：「學生學習上的困難，理解度不同，學生素質 1,100,0 這樣，所以授課上會比較困難，他們吸收上也比較困難 (E-2-4-1)。」

#### 4.2.4.2 貴機構（教師個人）是否主動參與社區、地方性的展演活動？

在數位音樂教學在台灣不普及的狀況下，如果要讓大眾更能理解它的存在與意義，公開表演實際操作是一個讓大家都能夠理解的方式，所以數位音樂的資訊若是大量的曝光那麼在推廣的過程或許困難度也會降低一些。

根據受訪者 B：「社區大概就是里長，因為會有些活動，地方性的目前大概是

這樣 (B-2-4-2)。」

根據受訪者 C：「有，因為我們鼓勵學生參加比賽，目前是跟社區做農村再生規劃，未來規劃也是這領域的東西，目前帶著學生在做，包含音樂營、表演街頭舞台、戲劇跟社區接觸 (C-2-4-2)。」

根據受訪者 D：「會阿，不過通常以我的狀況都是當樂手，通常都是很多主唱會給我一些機會，像在台北會有很多 Bar 或者是一些藝文空間，就是會去跟他們一起參與演出 (D-2-4-2)。」

#### 4.2.4.3 購買課程是否提供其他加值產品或服務？

當消費者在購買一項產品時，產品本身的價值、用途、需求是消費者本身考量的要點之一，但是為了使產品能夠販賣的更好，通常在業者允許的利潤範圍中會使其產品附加額外的贈品讓銷路能夠更好，使消費者更願意購買其產品必且擁有額外賺取到利益的心態。

根據受訪者 B：「來我們這上課來練習是不用錢的，或者課程會送優惠卷，或者我們比如說 Music Maker 的認證課程，繳這個學費就含一套軟體跟考證照，像我就在大學推這個課程，對學生來講想要在家裡做就很方便，證照是我們這邊推廣，當然一定會有台灣代理商去主導 (B-2-4-3)。」

根據受訪者 E：「因為我有認識的廠商所以就是可以幫學生跟學生要些折扣，因為不是大家都很有辦法在學習經費上非常充足，所以能幫助學生我就會幫它 (E-2-4-3)。」

### 4.3 台灣數位音樂教推廣行銷未來發展與建議

#### 4.3.1 對台灣數位音樂教學市場的未來走向有何看法？

台灣在 2002 年開始提倡文化創意產業，並且於 2010 年制定公佈文化創意產業發展法使藝文產業更受到重視，尤其在音樂方面，古典音樂仍然不如流行音樂的市占率高，大部分的人依舊是以流行音樂為主流，也因為在台灣少子化的情況

下，報考音樂系的人數逐年下降，也因為少子化，大量的音樂系學生畢業後從業的路受阻，音樂教室與以往比較起不是那麼的常見，在學習學生縮短的影響下音樂教室呈現了一間間的關閉的情形。

根據受訪者 A：「我覺得他是個必然的趨勢，然後台灣政府也是提倡文創的部分，那文創的部分你首先一定要結合多元的媒體，從視覺的到聲音的，這勢必都是需要人才去投入這種商業行銷的行為，所以我覺得我們會需要是這樣的人才，現在來講就需要了不要講到未來，未來會更多，只是我們樂培訓更多這方面的人才不然他會是個缺洞（A-3-1）。」受訪者 A 所表示，因為在影像配樂方面的人才仍舊沒有從事表演藝術方面的人才多，若是能夠走向這個層面的話，那麼或許能夠改善音樂系的學生畢業後出路的困境。

根據受訪者 B：「我們是放眼大陸，因為台灣人太少少子化，幼稚園國小國中大學這樣慢慢關，數位音樂這個產業比較，能夠堅持到後面畢竟是少數，這種比較技術性東西一定要不斷進步，要賺到錢一定要夠堅持，目前我有慢慢地往大陸這方面規劃，出前先找管道招生，先試水溫，但還沒有實際動作，但有想法跟管道，大概明年看有無機會可以過去開課（B-3-1）。」而受訪者 B 則是表示為因為台灣的人口數逐年下降，少子化高齡社會已經是存在的事實，那麼如果將眼光放遠至大陸，往大陸方面發展的話亦能將此項教學推廣。

根據受訪者 C：「我比較在意的是如果他沒有那個舞台那教學會被打斷，因為我們人才出來要往哪去？這是比較現實的問題，因為很多學生花這麼多錢他以後能幹嘛，如果能給學生就業舞台很重要，那教學才會進入實質性的統籌，或者是說他是跨領域的一個平台，我這邊也在跟社區去規劃觀光工廠這部分要怎麼去推動有個國際性的舞台讓大家去做，這都是大家要去思考的（C-3-1）。」受訪者 C 表示，若是如果學校與業界是無法接軌的話那麼數位音樂的教學也會像傳統音樂系教學一樣，學生畢業後面對的路是受限制的。

根據受訪者 D：「如果是電影配樂人才的需求的話，我個人是覺得大電影的話也是差不多了，台灣現在大概五位老師在做大電影的電影配樂，配樂部分在之中是滿重的，台灣拍一部片的成本是很高的，然後大片子就是差不多那五位老師，

因為知名度跟年紀的問題，他們這一輩差不多 40 歲就他們這幾位，30 已的沒有多少人，然後就大斷層 (D-3-1-01)。」

根據受訪者 D：「也可以說是數位音樂教育剛開始所以沒有這麼多人才，再來就是看他們會抓甚麼方向進入數位音樂，大部分人是玩團，玩團的話基本上我覺得以台灣的電影配樂市場它滿難存在電影配樂市場裡面，台灣電影配樂基本上還是這幾個人做，老師們會說電影配樂的需求很大，那是因為電影這在設備門檻降低，所有人都可以憑手機就可以拍出影片來，或者它可以憑一些設備就可以拍出短片微電影或甚麼之類的這樣，所以這些片子都需要配樂所以說是很需要人才，但是說真的主流的那些大片子還是這些老師來做，而且因為年紀的關係基本上不太可能會有機會交給年輕人做，因為這些導演非常在意人生經歷這件事情，他們會覺得你有豐富的人生經歷才能做出他們想要的東西，基本上他們覺得 30 幾歲對他們來講都是年輕人，更不用說是二十幾歲的，因為人生成就了一個作品的深度，或者他們在溝通上你不是那個年代的人你要怎麼用那個年代的語彙來跟這些導演溝通，會有很多這樣的問題，所以目前以大片子來講都還是這幾個人在做，年輕人現在切入市場幾乎是以遊戲配樂切進來這個市場的，所以大部分的年輕人現在近來是從遊戲配樂切進來然後再切到電視配樂偶像劇，要直接切入主流導演是非常困難的 (D-3-1-02)。」

根據受訪者 D：「我覺得對於數位音樂教育軟實力要先跑，不是一開始就要先買電腦，買麥克風買鍵盤買監聽喇叭買耳機，你通通都弄好了之後你可能會發現你無法駕馭這些事情，可是當你是從鍵盤或者是從音樂的世界著手的話你會發現其實你是需要這些東西，當你那些東西來的時候你用的上它，而不會出現它來的你不知道怎麼用它 (D-3-1-03)。」

根據受訪者 E：「現在就是越來越數位，除非就是你的經費真的很夠可以全部錄盤帶，錄完盤帶進 Pro tools 但是現在台灣也沒有錄音室敢這樣，因為要花非常多的錢去顧品質，基本上就進入全數位狀態，你在家裡宅錄在家自己做編曲你都可以用電腦用一個 MIDI、Keyboard 甚至不用 IO 可以做到滿好等級的東西，所以我覺得就以教學角度來講的話，其實很多時候大家不能太注重於器材有多好，

我的耳機多好聽喇叭多好，而是在我剛說的理論東西越裡概念創意或者你腦袋裡塞了些甚麼，你每天都在聽一樣的東西那你就沒辦法做出跨領域東西，因為被侷限住了，很多時候教學生不是指示交技術就好，因為技術的東西網路上找就好了，我帶學生是要讓他們聽東西去聽各種類型的東西充實自己本身音樂的能力（E-3-1-01）。」

根據受訪者E：「就像拿編曲來說好了，像現在也是那些比較有名氣資深的老師在數位音樂的市場上較多機會，年輕人反而比較沒機會，就像一個品牌經營久了有它的名氣跟實力，所以他們的機會比較多，所以我們要想些辦法做一些那些老師沒有在做的，除非你的價錢更低品質又好，所以基本上數位音樂這個市場也是飽和了（E-3-1-02）。」

但是透過受訪者D與E所表示，目前業界的的需求以電影配樂來做為例子的話，較大型的片子配樂師的額度已經是滿額的狀況，就好比消費者在選擇購買東西皆會有幾項品牌是自己的喜好度來選擇，而電影界的導演也是如此，長期合作的夥伴是為受要考量的條件，配樂師的人生歷練所創造出的作品深度更是他們選擇的原因之一，所以一般較年輕的配樂師如果要擠進電影界是較為困難，目前要進入配樂界的話大多以遊戲、廣告為出發點切入。

#### 4.3.2 貴機構（教師個人）為未來的發展規劃?短期(2年內)?中期(5年內)?長期(5年以上)?

在筆者透過訪談後，發現因為目前數位音樂教學的師資是不足的，演變成若是學校或者機構想要進行推廣時的一個困難處，而受訪者B、C也表示若是有管道能使來學習的學員有管道能夠發揮所學，使學生多些機會展現，才是最為重要的。

根據受訪者B：「短期其實我們還是著重把教學做好，在讓課程的量可以多些，但一定要培訓師資，原則把現有課程可以做個穩定開課，就是出去都有人可以來上有個固定的人數，中期是希望成立向經紀公司，因為我們有人才，可以去做個管道，讓學生在市場可以有多些機會發揮，長期的話大陸是個趨勢，因為他們還

比較不知道數位音樂，所以一定有市場在，我們是希望能夠未來我們也可以走唱片公司這一塊，因為我們跟一班唱片公司不同，是從學生不會到成長到到可以表演，事實上他夠堅持一路走來我們可以做這部分培養，希望學生有這個淺利誘幫他去完成 (B-3-2)。」

根據受訪者 C：「我希望讓學生的作品是能夠有產值的，因為現在學生的出版品都是系上的出版，這些都是非營利地所以我希望學生有產值，中期我希望建立的對國外的一個窗口，這個窗口是屬於人才培訓的部分，中期我希望建立的對國外的一個窗口，這個窗口是屬於人才培訓的部分，國外的連結目前鎖定美國的某個流行音樂產業，長期我希望觀光工廠流行音樂產業學院可以正式成立，觀光工廠是以流行音樂產業為主，等於是個產業鏈包含宿舍、學分班，是針對國外某所學院去做設計，最後希望他是個國際化產業人才培訓中心，有個產業的產值產生 (C-3-2)。」然而受訪者 C 是認為，因為學校竟然將這數位音樂教學的這塊交給了學生，那若是學生的所創作出的作品是有地方能夠發揮並且得到認同，使學生能夠在其市場存活才是最為重要的。

根據受訪者 D：「短期內我會去迪士尼工作，中期我是希望可以存比前讓自己留學，說時對我們來說卡位是個重點，但是如果你從國外回來也是要卡位不是國外回來就會比較好，也是聽你的作品，所以我會覺得這是市場卡位我去國外回來不一定可以卡好位置，可能我留在這或去外面再回來也不一定不行，對我來說生命終沒有出國留學我會後悔所以我一定想讓自己出去，哪怕我沒拿到學位出去依年也沒關係。長期就是工作，我很夢想能夠去像海好萊烏那樣的團隊可以去見識一下，台灣電影去那邊的規模製作這樣 (D-3-2)。」

根據受訪者 E：「短期內我想要往大陸發展，因為一方面市場比較大，我想發展電音的東西現場的 Party 表演，我打電子鼓這樣，下個月要去大陸表演所以我想去走走看看，中期我希望我能夠有些夠多的經費去實現我的期望跟理想，因為我也才剛退伍半年，我希望有個自己的工作室，因為與其靠別人不如靠自己，想做的事情並不只是想做編曲，我想要建立一個品牌，不是只覺線我只做音樂，當然不是潮牌，我想建立的品牌是有音樂相關不管活動之類的，我喜歡的東西都可

以，長期就是把品牌做起來好好經營它 (E-3-2)。」

根據受訪者 A：「我比較著重在業界方面的作品跟資歷，教學就比較算是我的副業，希望以後能以這樣，目前就是還是以學校為主 (A-3-2)。」

受訪者 A 目前著重的重心在於累積增加自己的作品與經歷，教學為副業，以作曲配樂為主。

#### 4.4 小結

本研究以深度訪談法對於五位受訪者的訪談中去理解目前台灣數位音樂教學的現況，進而從受訪者的回答中去歸納出目前數位音樂教學所面臨的問題。透過與五位受訪者的訪談資料編碼所得並經由 SWOT 分析列出數位音樂教學的優勢 (Strength)、劣勢 (Weakness)、機會 (Opportunity)、威脅 (Threat)，如表 4.1。

數位音樂教學的優勢在於流行音樂市場的龐大，對於作曲配樂這些的需求是非常大的，尤其是在智慧型手機開發後大量 APP 是需要背景音樂的，也因為數位音樂的教學能夠跨界結合，舉凡出版業或者廣告業都是需要其人才，以及目前在推廣數位音樂時是業師到校協同教學，讓學生擁有機會也更容易進入業界中。

而數位音樂的劣勢是因為目前並沒有讓擁有音樂理論基礎的音樂系學生接觸，減少了能夠靈活運用音樂理論創造更多優質作品的人才，而目前也因為數位音樂教師人才的不足，也沒有正統體制規劃教學及教材的編輯，使數位音樂的學習未能夠真正地被推廣。從機會方面來說現今的數位音樂在機會上是積極的成果發表，並且也舉辦比賽，也與校園活動作連結投入社區之中去展演達到擴展數位音樂教學在教學市場的機會。但是從威脅方面來看，也因為目前數位音樂教學的市場較小，所以在學費這方面並沒有個公定價格，一切都看學生是否覺得課程的性價比是否值得，也因為市場小所以學費的比價相對地就容易多，而最大的威脅是數位音樂教學並沒有被教育部正規的規劃，使他有正統的教學體制，以及公部門對於數位音樂教學的不理解導致課程的補助受限。

表 4.2 數位音樂 SWOT 分析

<p><b>優勢</b></p>	<p><b>S</b>trength</p>	<p><b>W</b>eakness</p>	<p><b>劣勢</b></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 擁有流行音樂市場，作品產值需求大</li> <li>➤ 作品多元導向能跨界與各界結合，例如廣告配樂、電子書繪本有聲結合</li> <li>➤ 入門簡易</li> <li>➤ 透過業師教學使學生更能進入業界</li> <li>➤ 智慧財產權的重視使原創曲被大幅度的需要</li> <li>➤ 短時間的學習就能夠有成績</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 未有正統教育體制的規劃</li> <li>➤ 教學人才不足</li> <li>➤ 未有正式的教材出版</li> </ul>	
<p><b>機會</b></p>	<p><b>O</b>ppportunity</p>	<p><b>T</b>hreat</p>	<p><b>威脅</b></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 成果發表會</li> <li>➤ 校園活動</li> <li>➤ 社區展演</li> <li>➤ 舉辦比賽</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 公部門對於此方面不理解，申請經費較不易</li> <li>➤ 未有公定價格，教學市場較小學費較易被比價</li> </ul>	

資料來源：本研究自行繪製

## 第五章 結論與建議

本研究主要目的在於了解台灣數位音樂教學與推廣行銷策略研究，首先先以文獻探討分析尋找前人所作之研究，接著透過行銷 4P 與行銷 4C 理論去實行並且訪談，最後經由受訪者所獲得的資料加以分析整理，透過比較來理解目前台灣數位音樂教學的情形。

本章共分為兩節，第一節根據本研究與受訪者訪談所得到的結果進行分析進而歸納出結論，第二節則對於台灣數位音樂教學未來發展策略後續研究提出相關建議。

### 5.1 研究結論

#### 5.1.1 以行銷 4P 理論探討數位音樂教學推廣與行銷

行銷 4P 理論包含了產品 (Product)、價格 (Price)、通路 (Place)、促銷 (Promotion)，而在數位音樂教學中，從產品方面來看，它的獨特性在與傳統的古典音樂教學比較下，數位音樂教學更著重於結合多媒體教學、與古典音樂學習比較起來較容易入門上手、能夠達到一人「交響樂團的條件」，因為數位音樂在學習時搭配軟體，而教師們在帶入學生進入數位音樂教學的初階課程時所使用的軟體操作介面較為簡易，所學年齡受限降低，不論小孩或者年長者都能輕易學習，且在軟體富含的功能下能完成一人交響樂團的條件，例如靠著 keyboard 也能彈奏出鼓、長笛等多項樂器。

從價格方面來看，因為目前數位音樂教學市場較不普及，所以授課教師幾乎都是從自身在古典音樂教育的個別樂器課的授課價錢延伸而來，還未有一個公定價格出現，學習購買課程的消費者是否能夠接受其價錢，就在於消費者是否認為所購買的課程是高 C/P 值 (性價比) 為自身所能夠接受的。

通路方面來說，多數學生來源管道是透過先有過體驗過的經驗，認為對數位音樂課程有興趣後繼續找尋學習的管道，但是較少是因為自發性的去尋找學習管

道，或者是拿到數位音樂的宣傳文宣而直接有興趣去學習的，目前數位音樂的學生來源管道依舊是以先有過體驗課程後再來上課的居多。

促銷方面則是希望能夠使學生展現所學成果，也可以達到廣告宣傳的效果，在與受訪者 B 訪談過程中他表示，每年固定的發表會上，他們總是舉辦著半開放式的發表會，在過去傳統的發表會總是在演藝廳、封閉的空間、音樂教室內等室內場合，來觀賞表演的人總是學員的親朋好友，所以受訪者 B 走出這項傳統，將發表會搬上街頭，在熱鬧的商圈展開發表會，一來使學員在人來人往的道路上演出訓練膽量，二來達到廣告宣傳的方式將機構行銷出去。

### 5.1.2 以行銷 4C 理論探討數位音樂教學推廣與行銷

行銷 4C 的理論，消費者需求 (Consumer)、消費者願意付出成本 (Cost)、便利 (Convenience) 和溝通 (Communication)。從消費者需求來看學習數位音位創作者最主要還是在於對於創作本身的要求傾向於能夠有自己的作品，而透過這樣的課程也降低了一般人對於作曲是件困難的事的觀念，在流行音樂產業的發達條件下以及歌唱節目層層輩出，許多具有明星夢的人層出不窮，而當下以自行創作的台灣流行歌手以王力宏、周杰倫具代表，學習數位音樂者也表示希望能夠像這些創作型歌手一樣的能力。

消費者願意付出成本方面來看，數位音樂教學課程仍舊在音樂教育市場較為稀少，物以稀為貴，教學市場上以稀少的數位音樂課程與市占率高的古典音樂相比下較不易尋找學習管道，自然購買課程的消費者也就較能接受其價值。

從便利方面來看，普遍業者會先透過互動式講座、體驗營或者與流行樂團相關方面在大專院校著手進行推廣打開知名度，使較會優先考量數位音樂學習的學生能夠獲得學習的管道資訊，目前仍舊是與學校合作，使同學有過類似的體驗活動後再進一步的告知學生課程資訊。

溝通方面是因為數位音樂教學在台灣不如歐美的普及，又加上擁有正規音樂教育體制的大專院校的音樂教育都與古典音樂教育為重，對數位音樂的學習不了解也認為不並要，以及數位音樂教學是需要大量的設備來進行學習，所以在這樣

不理解的情況與需要大量資金的狀況下，學校所考量的就會更為謹慎，而在推動課程的過程也會加深其困難度。

### 5.1.3 結論

筆者在與受訪者訪談中發現，在經過與受訪者詢問是否有運用公部門的補助來協助數位音樂課程的教學，但是根據受訪者的回答公部門雖然會提供補助教學，但是提供的補助往往都是給人一種公部門預算沒有用完而使之消耗，且公部門在進行補助時優先讓長期養成班的公司先去申請，通常提出的條件是 200 個小時以上的課程，但是對數位音樂機構來說他們是以營利的方面為出發點，而數位音樂教學的師資目前還不算多，如果需要配合老師需要從台北調度，但是老師的交通費與高鐘點費的支付會形成入不敷出的情形，但是對於受訪者來說，就會希望用短期的課程來獲得補助以降低成本，但是對於數位音樂機構來說若是有對課程的補助他們還是會盡量申請，但是對於公部門所提出的限制往往就會使補助變得更困難。

所以在透過受訪者的訪談回答中，筆者也發現了目前公部門對數位音樂的教學或許還不是那麼的重視與理解，所以若是數位音樂教學想要申請公部門的補助也就不是那麼的容易，且公部門對於補助這一塊一直都有爭議性存在，經常獲得補助的都是少數知名人士在受惠，受到補助的人已經有能力與成績，是不需要接受補助的，反而剛踏入領域新興的年輕者是需要公部門的補助，如一般人或獨立創作地下樂團來說因為還未有成績，反而不易受到公部門的補助，也因為他們沒有經費的支柱可能就無法經營漸而走向消失。這樣的爭議性一直在台灣的文化界存在，這是台灣目前一個比較奇怪的生態，所以公部門是否該將焦點不是繼續放在發亮發光走在頂尖的那些團體，而是將機會給剛萌芽的人讓他們有機會展現創造產值。

## 5.2 研究建議

### 5.2.1 後續研究建議

筆者在研究數位音樂時是從教學的方面切入，訪談的對象為數位音樂教學業師、數位音樂教學機構主管、非營利事業數位音樂教學推廣中心、數位音樂工作者為出發點作為訪談對象身分之選取，但因為時間緊迫未與流行音樂界的接觸，因此建議後續研究者在進行此方面的研究時能有更多的資源，將業界的情形也納入加以分析，使學界業界的問題都將之呈現，那麼資料就能夠更完整信度也就會更高。

### 5.2.2 數位音樂教學未來發展建議

#### 1. 少子化社會現象，古典教學市場供過於求應轉型：

目前台灣的音樂教育著重在於古典音樂的教學，但是筆者在第一章提到從大學大考中心所提供的資料來看，大學音樂科系報考的人數逐年遞減，雖然社會少子化的問題也佔了報考人數下降其中一部分的原因，但也因為社會少子化的問題，目前音樂教學市場對於音樂教師的需求已經遠不如前，教師供過於求的現象愈來愈嚴重，也導致現今的音樂系學生畢業時的就業難易度增加，許多音樂系學生選擇轉型，但是若能在流行音樂市場的空缺下，使音樂系的學生培養數位音樂的專長，使學界與業界結合的話，或許能夠給音樂系的學生另一條就業的路，但是筆者在研究中發現，五位受訪者從事數位音樂教學推廣的過程中，不論身分是數位音樂工作者、數位音樂教學推廣機構者，或者是數位音樂從業教師，甚至是非營利事業（大學專院校）數位音樂推廣者，在與非營利事業（學校機構）推廣數位音樂教學時所接觸到的絕大部分都非音樂相關科系，大多都是與文創、數媒科系作為連結與推廣，而這樣的現象除了因為數位音樂教學在台灣還不普遍及受到重視外，因為數位音樂是需要用到大量的設備器材，與科技無法脫離關係，所以教學時場地受限較大，在學習數位音樂時需要用到的不外乎就是電腦、監聽耳機和鍵盤，所以在學校方面要推廣數位音樂課程，設備是一個最常見的問題，但

卻不是最嚴重的問題。

而目前比較嚴重的問題是，數位音樂課程的教學要走進音樂教育體系中是比較困難的，在與受訪者訪談的過程中，受訪者對於台灣目前的音樂教育市場也是擔憂的，因為目前台灣的音樂系所培育出的學生在古典音樂教學市場中要存活相對的不容易，受訪者希望將數位音樂教學帶入音樂系中，使音樂系的教育能夠轉型，使音樂系學生所擁有的基礎理論運用在流行音樂產業中，使兩者結合大家就不用那麼辛苦，減少數位音樂學習者要到業界去學這學那，但是教育的制度問題沒有辦法接受使流行音樂與古典音樂的整合，這樣的整合這樣的學習讓古典音樂教育的學生能夠學到軟體做音樂，配器要如何去做，效果器跟錄音收音要怎麼做，這些都是需要業師教導的。

## 2. 古典音樂教學市場教師供過於求的現象愈來愈嚴重：

也因為目前數位音樂教學並不如古典音樂在台灣廣泛，台灣的音樂教育的發展重點著重於對音樂的美學欣賞，以及音樂的感受力的培養與陶冶學生的性情；然而現今台灣在面臨複雜的環境與激烈的競爭社會生存條件下，提升創造力及創見力已經成為教育的核心，而音樂教育的發展趨向也應是如此。且目前學習數位音樂也大部份都還是在學學生，因為數位音樂教師與學校合作從學校切入數位音樂教學的管道，將數位音樂帶入了學校課程，使學生先有了體驗之後獲得興趣再接著深入學習，但是也因為數位音樂的教材是屬於比較「活」的，所以仍未有數位音樂的相關教學書籍，出版社大多發行的仍是數位音樂軟體的工具書，目前數位音樂從業教師在教導時所使用的教材皆以網路素材為主，舉凡影片、樂段來做為參考材料，少數則再自行編輯講義補足不足之處。

## 3. 建立正統的教育體制制度使數位音樂教學帶入台灣音樂教育中：

數位音樂教學在台灣才剛萌芽，數位音樂教學在台灣還不如歐美國家普及，學習數位音樂在台灣仍算為少數，也因為數位音樂教學還不如古典音樂教學已經有了規範及一套正統的體系的制度，目前台灣各大專院校，甚至國高中小學依舊

占大多數的仍是古典音樂教育體系，也甚至有了因為古典音樂教學者對於數位音樂的不理解及誤解，所以不願意將之納入課程中使音樂系的學生接觸與學習，可是若能將數位音樂的教學體制建立在與古典音樂教育的音樂理論與知識上，將數位音樂的教學好好的規劃一套教育體制，編輯教材，使兩者能夠相輔相成，使數位音樂的課程教學中建立在擁有音樂理論概念的音樂系學生身上，那麼學習起數位音樂更能夠得心應手，讓創作的作品品質能夠高，使學生的作品是能夠擁有產值，那麼台灣的音樂教育方向或許能夠更寬廣些，亦或能改善學校總是跑在業界後面的情形，而達到學界與業界相結合的情形。



## 參考文獻

### 書籍

1. 江文瑜、李絳桃、周佳君、周雅容、林怡青、姚美華、胡幼慧、夏林清、徐宗國、殷寶寧、張珣、畢恆達、郭淑真、陳若璋、溫秀珠、劉仲冬、賴秀芬、顏祥鸞（2008）。質性研究：理論、方法及本土女性研究實例，台北：巨流圖書股份有限公司。
2. 李旭東譯，（2003）。Lamb Hair McDaniel 著，行銷學，台北：高立圖書有限公司。
3. 邱泯科、陳佳穎、蔡毓智、姜馨彥譯（2004）。Earl Babbie 著，研究方法：基礎論與技巧，台北：新加坡商聖智學習亞洲私人有限公司台灣分公司。
4. 范儉民，（1990）。音樂教學法，台北：五南圖書出版公司。
5. 陳月娥，（1999）。社會研究法（含蓋要），台北：千華圖書出版事業有限公司。
6. 曾金滿總編，（2011），100年流行音樂產業研究調查報告，台北：文化部影視及流行音樂產業局。
7. 黃耀華、張少鵬、李霞、李學愛、廉愛紅譯（2005），John Bailie 著，音樂的歷史，台北：究竟出版社股份有限公司。
8. 鄒愛民、馬東風，（1996）。音樂教育學，北京：人民音樂出版社。
9. 熊蕾譯，（2003）。Bennett Reimer 著，音樂教育的哲學，北京：人民音樂出版社。
10. 趙碧華、朱美珍編譯（1995）。Allen Rubin、Ear Babbie 著，研究方法—社會工作暨人文科學領域的運用，台北：雙葉書廊。
11. 蔡覺民、楊立梅，（1999）。達爾克羅茲音樂教育理論與實踐，上海：上海教育出版社。
12. 鄭方靖，（1993）。本世紀四大音樂教育主流及其教學模式，台北：奧福教育出版社。
13. 蕭富峰，（2006）。行銷學，台北：智高文化事業有限公司。

## 學位論文

1. 王秀苓 (2006)。「邁向藝術」課程模式應用於國小四年級學生音樂創作之研究。國立臺灣師範大學音樂學系碩士論文。
2. 吳佳珍, (2009)。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。國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
3. 李逸歆, (2001)。台灣流行音樂行銷策略之研究。世新大學傳播研究所碩士論文。
4. 郭彥豪, (2005)。政府扶植台灣流行音樂產業之策略研究。台中健康管理學院國際企業學系碩士論文。
5. 陳淑芬, (2010)。奧福音樂教學法融入松年團契信仰課程之探討－以真理堂樂齡團契為例。台灣神學院神學研究所教會音樂碩士組論文。
6. 蔡佳紋, (2005)。高大宜教學法運用於大提琴初級課程之研究。國立中山大學音樂學系研究所碩士論文。
7. 鄭純如, (2005)。文化創意產業發展發展策略評估模式之建構及其應用－以台灣流行音樂產業為例。銘傳大學傳播管理學系研究所碩士論文。
8. 黎斌麗, (2012) 文化特色活化地方觀光產業發展之研究－以嘉義縣版頭社區為例,
9. 羅元豪, (2009)。從電腦語音源技術的應用探討音樂創作結合數位的理念與實踐。國立臺灣師範大學音樂學系碩士班作曲組碩士論文。

## 期刊

1. 王玉民, (1998) 質化研究方法應用之探討--以大陸台商投資實證研究為例。單將人文社會學刊, 創刊號: 37-57。
2. 邱憶惠, (1999) 個案研究法: 質化取向。教育研究, 7 期: 119-112。

3. 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。
4. 孫義雄，(2007) 深度訪談法語犯罪成因之探索。通識教育教學及研究方法學術研討會論文集。
5. 徐和生，(2008)。數位音樂 數位與音樂。雙美月刊，第163卷：3-7。
6. 張容瑛、周志龍，(2006)。音樂產業全球化、流動著床與生產模式的重塑—台灣流行音樂產業為例。台灣土地研究，第9卷，第1期：33-61。
7. 曾善美，(2009)。音樂教育科技歷史發展之回顧與再思。屏東教育學報—教育類。第33期：397-424。
8. 萬文隆，(2004) 深度訪談在質性研究中的應用。生活科技教育月刊，37卷，第4期：17-23。
9. 蘇金輝，(2010) 從音樂創作的發展探討數位音樂在教學上的實踐。人文社會學報，第6期：85-107。

#### 英文文獻

1. Barney (1991). *Time Paths in the diffusion of ProductInnovations*. London:Macmillan.
2. Proctor, T. (1997). Establishing a strategic direction: a review. *Management Decision*, 35(2), 143-155.
3. Gardner, Howard(1983). *The Arts and Human Development*. New York: John Wiley and Sons, VI.
4. Glenn, S. (2000). The effects of a situated approach to musical performance education on student achievement: Practicing with an artificial intelligent computeraccompanist. *Dissertation Abstracts International*, 61(08), 3098. (University Microfilms Order No. AAT9984138).
5. Microfilms Order No. AAT9984138).
6. Walker, R. (1978). Perception and music notation. *Psychology of Music*, 6(1),

p21-46.

7. Forest, J. (1995). Music technology helps students succeed. *Music Educators Journal*, 81(5), 35-39.
8. Najjar, L. J. (1996). Multimedia information and learning. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, Vol. 5(2), 129-150.

#### 網路資源

1. Google [www.google.com.tw](http://www.google.com.tw)
2. MBA 智庫百科 <http://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%A6%96%E9%A1%B5>
3. WIKI 百科 <http://zh.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:%E9%A6%96%E9%A1%B5>
4. 中華民國文化部 <http://www.moc.gov.tw/law.do?method=find&id=247>

## 附錄 訪談逐字稿整理

訪談對象編號：A

訪談時間：103.01.02 中午 12:00

訪談地點：南華大學

訪談方式：開放式錄音訪談

訪談逐字稿	編碼分析
<p>一、行銷 4P</p> <p>①產品</p> <p>5. 數位音樂教學本身的主要特色為何?</p> <p>A: <u>可以多元學習</u>，舉例來說我在通識課會融入數位音樂，比方說<u>我有一堂課我在講配樂，電影配樂、影像配樂</u>，因為<u>通識課學生大部分不具備樂理音樂基礎</u>，所以為了在講配樂這個章節，<u>為了要讓他們了解音樂及戲劇的關連</u>，<u>我就讓他們自己用 Music Maker 這個軟體做音樂創作</u>，然後呢就是在這個 Music Maker 裡面他就已經有一些自己的音樂風格，所以<u>讓他們自己去體驗一下不同種類的音樂風格它可以跟甚麼樣的情節融合在一起</u>，比方說搖滾樂他可以跟警匪追逐戰的場面連結在一起，或者是 Basanova 的音樂它可以跟那種海灘、度假浪漫這樣的情節連結再一起。<u>那像這樣的話我覺得就是對於我的課程來講可以讓學生比較用直接的方式去聊解到音樂跟劇情之間的關聯。</u></p>	<p>可以多元學習，我有一堂課我在講配樂，電影配樂、影像配樂，通識課學生大部分不具備樂理音樂基礎，為了要讓他們了解音樂及戲劇的關連，我就讓他們自己用 Music Maker 這個軟體做音樂創作，讓他們自己去體驗一下不同種類的音樂風格它可以跟甚麼樣的情節融合在一起，那像這樣的話我覺得就是對於我的課程來講可以讓學生比較用直接的方式去聊解到音樂跟劇情之間的關聯。(A-1-1-1)</p>
<p>6. 在推廣數位音樂教學的課程中，有分成甚麼等級？課程內容又怎麼區分？教材如何選擇？</p>	<p>個別課的話目前就是像我的話比較基礎的軟體我會帶兩套，一套是 Music Maker 一套是 MAX，都比較</p>

<p>A：其實等級的話又一看你對音樂方面的基礎，大班課的話一般來說要全班的條件比較一致，要先篩選過才能來上課，<u>個別課的話目前就是像我的話比較基礎的軟體我會帶兩套，一套是 Music Maker 一套是 MAX，都比較是屬於運用 LOOP 的觀念，所以就是讓學生可以一邊使用一邊學樂理，這是對於最初階的學生。</u></p> <p><u>再來中階的學生他們比較具備樂理知識所以我會讓他們開始做音樂創作，所以他們比較會接觸到的是 MIDI，就是以 MIDI 創作為主的這樣一個軟體，所以我會使用的是 Logic 要不就 Reason，大概是這兩套軟體，就是讓他們開始可以做簡單的音樂的編輯，就中級的課程就是比較著重在旋律跟和聲的搭配，所以讓他知道我有了一個弦律，我應該要幫他們配甚麼樣的和聲和伴奏，這是大概比較中級的課程。那比較高階的課程他才會加上比較後製的東西，像效果器的運用，automation 的使用、壓縮這是比較高階的課程才會用到的了。看學生的進度及作品決定。</u></p>	<p>是屬於運用 LOOP 的觀念，所以就是讓學生可以一邊使用一邊學樂理，這是對於最初階的學生。</p> <p>再來中階的學生他們比較具備樂理知識所以我會讓他們開始做音樂創作，所以他們比較會接觸到的是 MIDI，就是以 MIDI 創作為主的這樣一個軟體，所以我會使用的是 Logic 要不就 Reason，大概是這兩套軟體，就是讓他們開始可以做簡單的音樂的編輯，就中級的課程就是比較著重在旋律跟和聲的搭配，所以讓他知道我有了一個弦律，我應該要幫他們配甚麼樣的和聲和伴奏，這是大概比較中級的課程。那比較高階的課程他才會加上比較後製的東西，像效果器的運用，automation 的使用、壓縮這是比較高階的課程才會用到的了。看學生的進度及作品決定。(A-1-1-2)</p>
<p>7. 對提升數位音樂教學品質有何議？</p> <p>A：<u>學校的話我是覺得本來就應該帶入這樣子的教學，因為像就整個創作在業界中是需要大量人才的，就以這次紀錄片看見台灣，原本是因為這位導演他沒有人氣所以沒有人願意幫他做配樂，到後來他找到賽德克巴萊的那一位來幫他做配樂，那很多人是在這部片已經成功</u></p>	<p>學校的話我是覺得本來就應該帶入這樣子的教學，因為像就整個創作在業界中是需要大量人才的，其實台灣非常需要，因為台灣這幾年就是開始電影廣告的發展，台灣開始需要大量的製作音樂部分的人才，可是你看我們大學音樂系裡面</p>

了才反過來說甚麼你怎麼都找外國人，因為何國杰老師是新加坡人，很多人就講說你怎麼找外國人來做配樂？難道台灣就沒有人才了嗎？可是他們沒有想到說其實最一開始導演在找人幫他做配樂時台灣其實是沒有人願意幫他做的，其實台灣非常需要，因為台灣這幾年就是開始電影廣告的發展，台灣開始需要大量的製作音樂部分的人才，可是你看我們大學音樂系裡面畢業出來的學生沒有人在做這一塊，音樂系畢業的學生能幹嘛？到最後你只能到琴行裡面去教琴，然後到 YAMAHA 裡面去教琴，可是實際在作音樂創作的人沒有，我們的音樂系培養出來的學生沒有人才出來做這些業界該有的東西，所以我覺得事就學校導向來講的話我覺得學校是可以廣為開設這方面的課程，因為這個社會是需要的。

對於市場的話就是配樂的人才不夠多的，我們有很多拍片的人，但就我對市場瞭解來說，像我自己有一個合作的廣告公司方塊娛樂，那他們一開始就跟我講說他們這個團隊其實他們完全沒有配樂人才在他們這個公司裡面，他們用的就是罐頭音效，他們去跟國外買罐頭音效，或著是人家做好的 LOOP 這樣，為什麼會這樣就是音樂台灣沒有人啊，台灣能作配樂的人太少了，所以市場是有這樣的需求的，可是就是因為人太少所以這些廣告公司只能去買這些罐頭音效。

畢業出來的學生沒有人在做這一塊，音樂系畢業的學生能幹嘛？到最後你只能到琴行裡面去教琴，可是實際在作音樂創作的人沒有，我們的音樂系培養出來的學生沒有人才出來做這些業界該有的東西，所以我覺得事就學校導向來講的話我覺得學校是可以廣為開設這方面的課程，因為這個社會是需要的。(A-1-1-3-01)

對於市場的話就是配樂的人才不夠多的，我們有很多拍片的人，但就我對市場瞭解來說，像我自己有一個合作的廣告公司方塊娛樂，那他們一開始就跟我講說他們這個團隊其實他們完全沒有配樂人才在他們這個公司裡面，他們用的就是罐頭音效，他們去跟國外買罐頭音效，或著是人家做好的 LOOP 這樣，為什麼會這樣就是音樂台灣沒有人啊，台灣能作配樂的人太少了，所以市場是有這樣的需求的，可是就是因為人太少所以這些廣告公司只能去買這些罐頭音效。(A-1-1-3-02)

<p>②管道</p> <p>1. 目前貴機構（教師個人）的學生主要來源管道?</p> <p>A：就是我通識課的學生</p>	
<p>2. 學生主要年齡層、職業別分布現況?</p> <p>A：<u>學生年齡層大概都高中到大學，大學學生就是我上通識課然後有興趣來跟我上私人課的，也有老師來跟我學習，小朋友的話就音樂風格來說他們可以非常天馬行空，大人的話就會局限我現在要做甚麼風格，對素材的使用也會比較小心翼翼，比方說上星期我一個高中學生，他原本是寫古典編制的東西，我記得他用的軟體是 Reason，然後那天課程後面我就加了一個東西教他怎麼用，然後他就開始玩了一個節奏，節奏後玩起來他就很開心然後就寫了一個搖滾的節奏，他就腦袋突然靈機一動告訴我老師我之前寫的那個巴洛克風格的東西可不可以把它改成搖滾版，我說當然可以啊。像我們知道數位音樂很方便我們只換個音色就可以了嘛，比方說我把大提琴的音色換成電 Bass，把長笛的音色直接換成電吉他，或是我們加一個破音進來，那其實像這樣我在做一個風格的轉換他就非常容易，他是一模一樣的旋律一模一樣的和聲，我們只是換音色加了一個鼓進來而已，整個風格就不一樣了，所以像它我覺得在學生對音樂風格的認識可以很有幫助</u></p>	<p>學生年齡層大概都高中到大學，大學學生就是我上通識課然後有興趣來跟我上私人課的，也有老師來跟我學習，小朋友的話就音樂風格來說他們可以非常天馬行空，大人的話就會局限我現在要做甚麼風格，對素材的使用也會比較小心翼翼（A-1-2-1）</p> <p>像我們知道數位音樂很方便我們只換個音色就可以了嘛，比方說我把大提琴的音色換成電 Bass，把長笛的音色直接換成電吉他，或是我們加一個破音進來，那其實像這樣我在做一個風格的轉換他就非常容易，他是一模一樣的旋律一模一樣的和聲，我們只是換音色加了一個鼓進來而已，整個風格就不一樣了，所以像它我覺得在學生對音樂風格的認識可以很有幫助</p> <p>（A-1-2-1）</p>

<p>3. 是否運用公部門提供的協助管道或補助? A：在創作的部分運用公部門的補助</p>	
<p>4. 目前運用何種廣告形式增加知名度，及擴充學生人數? A：目前倒是沒有，因為我是一人工作室，我能夠接的量也沒有辦法很多</p>	
<p><b>③價格</b> 1. 目前學費收費標準如何訂定? A：一個半小時一千五，一禮拜一堂課，其實這個是從我的個別課學費延伸，因為我在教鋼琴時就是這樣也沒想過另外定價錢</p>	<p>一個半小時一千五，一禮拜一堂課， 其實這個是從我的個別課學費延伸，因為我在教鋼琴時就是這樣也沒想過另外定價錢(A-1-3-1)</p>
<p>2. 如果進行學費價格調整，其主要考量因素又是甚麼? A：其實這個是從我的個別課學費延伸，因為我在教鋼琴時就是這樣也沒想過另外定價錢，目前我沒有想過要調整，可能有些人會覺得有點貴，但就看學生是否覺得值得。</p>	<p>目前我沒有想過要調整，可能有些人會覺得有點貴，但就看學生是否覺得值得。 (A-1-3-2)</p>
<p>3. 學習教材的收費標準為何? A：沒有，我的教材是不收費的，是我自己寫的，把檔案給學生讓他們自己印</p>	<p>沒有，我的教材是不收費的，是我自己寫的，把檔案給學生讓他們自己印 (A-1-3-3)</p>
<p>4. 是否採集體議價的收費模式? A：我沒有團體報名因為我只有<del>一</del>台電腦，所以超過的話我無法承接</p>	<p>我沒有團體報名因為我只有<del>一</del>台電腦，所以超過的話我無法承接 (A-1-3-4)</p>
<p><b>④促銷</b> 1. 貴機構（教師個人）是否固定舉辦成果發</p>	<p>個人學生發表是沒有，但大班課那邊他們自己每年四月會有個音樂</p>

<p>表會等相關活動?其成效如何?</p> <p>A：<u>個人學生發表是沒有，但大班課那邊他們自己每年四月會有個音樂季，就是我整班的學生他們會自己上場，學習效果很好，因為有發表會的壓力才能促使他們寫曲子不然曲子都寫不出來。</u></p>	<p>季，就是我整班的學生他們會自己上場，學習效果很好，因為有發表會的壓力才能促使他們寫曲子不然曲子都寫不出來。(A-1-4-1)</p>
<p>2. 貴機構（教師個人）是否與學校、社團建立合作關係?</p> <p>A：<u>如果有機會可以跟其他學校接觸的話我不排斥</u></p>	<p>如果有機會可以跟其他學校接觸的話我不排斥（A-1-4-2）</p>
<p>3. 貴機構（教師個人）在招生策略上有何特別規劃?</p> <p>A：<u>順其自然，因為的學生都是每一年每一學期的大堂課來，她們人數都會換，有興趣就可以找我，所以我比較不需要擔心去打告行銷策略方面</u></p>	<p>順其自然，因為的學生都是每一年每一學期的大堂課來，她們人數都會換，有興趣就可以找我，所以我比較不需要擔心去打告行銷策略方面（A-1-④-3）</p>
<p><b>二、行銷 4C</b></p> <p><b>①消費者需求和慾望</b></p> <p>1. 學員學習數位音樂的主要動機為何?</p> <p>A：<u>學生喜歡數位音樂，要不就是自己本身在玩樂團，也有一些是老師想要轉型，就是他們學的是古典音樂那一塊，但是他們想要轉型就會想要來學數位音樂這些東西，因為台灣古典音樂市場學生愈來愈少，所以想要學一些新的東西。</u></p>	<p>學生喜歡數位音樂，要不就是自己本身在玩樂團，也有一些是老師想要轉型，就是他們學的是古典音樂那一塊，但是他們想要轉型就會想要來學數位音樂這些東西，因為台灣古典音樂市場學生愈來愈少，所以想要學一些新的東西。(A-2-1-1)</p>
<p>2. 學員對教學師資是否有特殊要求?</p> <p>A：<u>其實有他們可能也沒有告訴我，因為他們</u></p>	<p>其實有他們可能也沒有告訴我，因為他們都不會當面跟我說，因為他</p>

<p>都不會當面跟我說，因為他們竟然找我就會覺得我是可以的，要不然他們應該也不會想來上課吧。</p>	<p>們竟然找我就會覺得我是可以的，要不然他們應該也不會想來上課吧。(A-2-1-2)</p>
<p>3. 學員對課程教學執行成效有何要求? A：他們比較傾向於一定要會寫出作品來，希望自己是能夠有規律的創作路線，是真的能夠會編曲能夠創作曲子這樣</p>	<p>他們比較傾向於一定要會寫出作品來，希望自己是能夠有規律的創作路線，是真的能夠會編曲能夠創作曲子這樣 (A-2-1-3)</p>
<p>②消費者願意付出成本 1. 學費的費用級距在多少價格之間最容易被接受? A：一個半小時一千五</p>	<p>一個半小時一千五 (A-2-2-1)</p>
<p>2. 學員通常每週願意付出多少時間成本學習? A：你說來上課嗎？目前來我這上課都是一個半小時，因為我們作曲在課堂上屬於實作性課程，所以相對時間應該要拉比較長，它比較不向理論的課程你跟學生說完了，再請學生回家練習就好，而是我必須要在課堂上看到它實際會操作，那我才能夠放他走，所以他跟一班的學習樂器課別課比較不一樣的地方，樂器課別課是可以回家練，但是我是要知道它的一些觀念，音樂上的觀念或者是就技術方面的操作它是不是真的會，它就必須要在課堂上實作。</p>	<p>目前來我這上課都是一個半小時，因為我們作曲在課堂上屬於實作性課程，所以相對時間應該要拉比較長，它比較不向理論的課程你跟學生說完了，再請學生回家練習就好，而是我必須要在課堂上看到它實際會操作，那我才能夠放他走 (A-2-2-2)</p>
<p>3. 平均每一學員的學習成效時間多久?為什麼? A：不一定，像大堂課學生就一年，課別課學生我也曾經遇到過它是音樂教室老闆，就是它</p>	<p>不一定，像大堂課學生就一年，課別課學生我也曾經遇到過它是音樂教室老闆，就是它帶給她想要的東西他上了兩個月</p>

<p><u>覺得說我無法帶給她想要的東西他上了兩個月就走了，目前最常的應該是一年多，目前還在繼續，他目前在文化念流行音樂碩士班，因為他以前不是音樂系，所以她現在六日回來兩個禮拜跟我上一次課。</u></p>	<p>就走了，目前最常的應該是一年多，目前還在繼續（A-2-2-3）</p>
<p><b>③購買商品便利性</b></p> <p>1. 是否針對特定族群主動舉辦數位音樂教學的相關活動?並藉活動同時提共教學課程資訊?</p> <p>A：沒有</p>	
<p>2. 是否利用其他活動形式的配合，提共教學資訊的取得?</p> <p>A：<u>目前就是學生來我這上課，因為設備方面學生家中沒有就會有設備不足的問題。</u></p>	<p>目前就是學生來我這上課，因為設備方面學生家中沒有就會有設備不足的問題。（A-2-3-1）</p>
<p><b>④溝通</b></p> <p>1. 數位音樂教學的推動過程中，是否遭遇執行上的困難?</p> <p>A：<u>學校的困難比較多，學校不願意花錢課買軟體不接受課程價值存在，可是我覺得比較主要的問題是學校不了解甚麼教作數位音樂的製作，他們認為數位音樂製作就是學生只要會打譜軟體就好了，其實數位音樂製作它牽扯到很多層面，項最基本的它包含錄音、包含MIDI、後製，至少這三個層面都要能夠有。所以如果學校沒有辦法提供一個軟體是這三個東西都能夠讓學生學到的，如果就純粹打譜的部分我覺得就非常的可惜，那麼開這堂課也就</u></p>	<p>學校的困難比較多，學校不願意花錢課買軟體不接受課程價值存在，可是我覺得比較主要的問題是學校不了解甚麼教作數位音樂的製作，他們認為數位音樂製作就是學生只要會打譜軟體就好了，其實數位音樂製作它牽扯到很多層面，項最基本的它包含錄音、包含MIDI、後製，至少這三個層面都要能夠有。所以如果學校沒有辦法提供一個軟體是這三個東西都能夠讓學生學到的（A-2-4-1）</p>

<p>是浪費了那個學生的時間跟學分，所以反而是在學校的推動過程中是比較困難的。</p>	
<p>2. 貴機構（教師個人）是否主動參與社區、地方性的展演活動？</p> <p>A：沒有</p>	
<p>3. 購買課程是否提供其他加值產品或服務？</p> <p>A：我會提供試用版給他，如果他願意的話就可以去購買正版軟體</p>	
<p><b>三、未來發展與建議</b></p> <p>1. 對台灣數位音樂教學市場的未來走向有何看法？</p> <p>A：<u>我覺得他是個必然的趨勢，然後台灣政府也是提倡文創的部分，那文創的部分你首先要結合多元的媒體，從視覺的到聲音的，這勢必都是需要人才去投入這種商業行銷的行為，所以我覺得我們會需要是這樣的人才，現在來講就需要了不要講到未來，未來會更多，只是我們樂培訓更多這方面的人才不然他會是個缺洞，就像看見台灣配樂一樣，沒有人，只好往國外去找，要不就會像我們之前的團隊去找罐頭配樂音效。</u></p>	<p>我覺得他是個必然的趨勢，然後台灣政府也是提倡文創的部分，那文創的部分你首先一定要結合多元的媒體，從視覺的到聲音的，這勢必都是需要人才去投入這種商業行銷的行為，所以我覺得我們會需要是這樣的人才，現在來講就需要了不要講到未來，未來會更多，只是我們樂培訓更多這方面的人才不然他會是個缺洞，(A-3-1)</p>
<p>2. 貴機構（教師個人）為未來的發展規劃?短期(2年內)?中期(5年內)?長期(5年以上)?</p> <p>A：<u>我比較著重在業界方面的作品跟資歷，教學就比較算是我的副業，希望以後能以這樣，目前就是還是以學校為主。</u></p>	<p>我比較著重在業界方面的作品跟資歷，教學就比較算是我的副業，希望以後能以這樣，目前就是還是以學校為主。(A-3-2)</p>

訪談對象編號：B

訪談時間：103.02.11 PM 16:00

訪談地點：台中一中商圈

訪談方式：開放式錄音訪談

訪談逐字稿	編碼分析
<p>一、行銷 4P</p> <p>①產品</p> <p>8. 數位音樂教學本身的主要特色為何?</p> <p>B：這個特色應該是說<u>數位音樂主要是跟傳統（音樂）比起來的話第一個它的門檻比較低，所謂比較低是說他不像鋼琴要學很久你才能有個樣子，數位音樂在我們這邊很多學生也都沒有音樂基礎，可是他透過我們的課程，你有心，但是你學完一定有在做，你學完都沒在做那一定弄不出來，比較有心的學員在透過數位音樂的工具弄出自己想要的東西，所以呢你可以說剛剛說的門檻比較低，他也不需要當然你能夠具備音樂底子這一類是最好，你會鋼琴你會吉他最好，但是就是說他進入的門檻比較沒那麼高，只要你有興趣就可以嘗試玩看看，再加上你們來上 Music Maker 軟體阿，他連小朋友都可以玩，更何況是大人，老人也可以玩，不過當你的 reval 是拉到 Reason、Cubass、Pro tools 這些軟體，當然就是要有一定的程度你才能搞</u></p>	<p>數位音樂主要是跟傳統（音樂）比起來的話第一個它的門檻比較低，所謂比較低是說他不像鋼琴要學很久你才能有個樣子，數位音樂在我們這邊很多學生也都沒有音樂基礎，可是他透過我們的課程，你有心，但是你學完一定有在做，剛剛說的門檻比較低，他也不需要當然你能夠具備音樂底子這一類是最好，你會鋼琴你會吉他最好，但是就是說他進入的門檻比較沒那麼高，只要你有興趣就可以嘗試玩看看，Music Maker 軟體阿，他連小朋友都可以玩，更何況是大人，老人也可以玩，不過當你的 reval 是拉到 Reason、Cubass、Pro tools 這些軟體，當然就是要有一定的程度你才能搞得出一首歌啦，差別大概是這樣。(B-1-1-1-01)</p> <p>以器材來購買來說的話，也降很低比如說 Music Maker 一套就是 4990 嘛，你就可以開始玩音樂啦，可是樂器如果你買的便宜得像吉他也差不多那個價錢，可是如果要這樣比的話就可以說早期是類比</p>

<p><u>得出一首歌啦，差別大概是這樣。</u></p> <p><u>另外他以器材來購買來說的話，也降很低比如說 Music Maker 一套就是 4990 嘛，你就可以開始玩音樂啦，可是樂器如果你買的便宜得像吉他也差不多那個價錢，可是如果要這樣比的話就可以說現在是數位音樂早期是類比音樂你</u> <u>可能要花錢買很多器材，現在不用這也是個比較不一樣的地方，所以你也可以從數位音樂跟傳統音樂它的差別是甚</u> <u>麼，數位音樂跟早期的 MIDI 音樂它的差別又是在哪裡，我是覺得快速方便進入門檻低，因為其實說真的誘惑太多，你要小朋友乖乖的練琴那也是不太可能，所以就是說時代環境跟工具的改變吧我覺得。</u></p>	<p>音樂你可能要花錢買很多器材，現在不用這也是個比較不一樣的地方，所以你也可以從數位音樂跟傳統音樂它的差別是甚麼， (B-1-1-1-02)</p> <p>數位音樂跟早 MIDI 音樂它的差別又是在哪裡，我是覺得快速方便進入門檻低，所以就是說時代環境跟工具的改變吧我覺得。(B-1-1-03)</p>
<p>9. <u>數位音樂教學的課程等級如何區分?</u> B: <u>像我們這邊原則是 Music Maker，任何人都可以上，Reason 是讓他準備進入到數位音樂，最上面就是 Pro tools，原則上你 Pro tools 會用 Cubass 也沒甚麼問題</u></p>	<p>像我們這邊原則是 M，任何人都可以上，R 是讓他準備進入到數位音樂，最上面就是 P，原則上你 P 會用 C 也沒甚麼問題 (B-1-1-2)</p>
<p>10. <u>數位音樂教學的教材如何選擇?</u> B: <u>數位音樂它很新以沒有教材，原則上都是靠我們進修在加上自己本身一個音樂上的認知能力，再加上長期教學累積下來，因為現在網路資訊很發達，這</u></p>	<p>數位音樂它很新以沒有教材，原則上都是靠我們進修在加上自己本身一個音樂上的認知能力，再加上長期教學累積下來，因為現在網路資訊很發達，這方面的資訊一定是國外最多的 (B-1-1-3)</p>

<p>方面的資訊一定是國外最多的，所以語文能力很重要。</p>	
<p>11. 對提升數位音樂教學品質有何建議？</p> <p>B：<u>提升數位音樂教學品質老師本身還是要具備音樂能力比較好，找一個音樂系來教或者找一個不是音樂系還是有差別，所以數位音樂還是跟音樂友關係，還是希望老師本身具有音樂能力，品質的部分就看老師自己能夠去拿捏，因為數位這東西你就要不斷進修，因為他不像傳統（古典音樂教學）的東西，你要老師再去進修可能也不太需要，數位的東西是不斷在進步，所以要一直去追求那部分的資訊，就像電子琴老師，電子琴會不斷出新機種，你沒有特別去研究那也不會用。</u></p>	<p>提升數位音樂教學品質老師本身還是要具備音樂能力比較好，找一個音樂系來教或者找一個不是音樂系還是有差別，所以還是希望老師本身具有音樂能力，因為他不像傳統（古典音樂教學）的東西，你要老師再去進修可能也不太需要，數位的東西是不斷在進步，所以要一直去追求那部分的資訊（B-1-1-4）</p>
<p>②管道</p> <p>1. 目前貴機構（教師個人）的學生主要來源管道？</p> <p>B：<u>我們都是網路或者是介紹居多，因為像 Pro tools 他想學就會上網查，變成說我們這樣的方式成交率居高，肯上來二樓（機構二樓）幾乎都會上課，所以網路來的就是查，也有一些現有老師跟學生來上過課介紹的，大概是這樣，廣告是需要但目前我們沒有撥出這個預</u></p>	<p>我們都是網路或者是介紹居多，因為像 P 他想學就會上網查，成交率居高，肯上來二樓（機構二樓）幾乎都會上課，網路來的，也有一些現有老師跟學生來上過課介紹的，廣告是需要但目前我們沒有撥出這個預算，當然會有差。（B-1-2-1）</p>

<p>算，當然有打廣告還是會有差。</p>	
<p>2. 學生主要年齡層、職業別的分佈現況? B: <u>針對數位音樂上來講的話一般還是以大學算比較多，社會人士也會有高中生也會有，在往下就是小朋友參加數位音樂冬夏令營，國小、國中學生</u></p>	<p>一般還是以大學算比較多，社會人士也會有高中也會有，在往下就是小朋友參加數位音樂冬夏令營，國小學生 (B-1-2-2)</p>
<p>3. 是否運用公部門提供的協助管道或補助? B: <u>我們每年都有向經濟部工業局，每年都有申請，它有個數位內容去作申請補助，例如做遊戲動畫 A P P 線上雲端都可以申請，我們是針對數位音樂，因為它屬於中高階我們就用 Pro tools 去申請，政府這部分的預算愈來愈少了，他從去年開始先讓長期養成班的公司先去申請，這樣對我來講時數太多因為它要 200 個小時以上，畢竟台中這種老師 (數位音樂) 很少，你要請老師下來，要付他們高鐵費用又要給他們很高的鐘點費成本不符何，那對於一個做生意的角度這樣不會賺錢那我幹嘛還做？去年是因為工業局還有剩的錢，就問我們要不要開，像我們申請就是短期的，就只有 24 個小時，他們當然也是開放長期的先申請，可能明年看還有沒有剩的錢會再問我們吧，因為公家機關其實就是</u></p>	<p>我們每年都有經濟部工業局，每年都有申請，有個數位內容去作申請補助，我們是針對數位音樂，因為它屬於中高階我們就用 P 去申請 (B-1-2-3-01) 政府這部分的預算愈來愈少了，他從去年開始先讓長期養成班的公司先去申請，這樣對我來講時數太多因為它要 200 個小時以上，畢竟台中這種老師 (數位音樂) 很少，你要請老師下來，要付他們高鐵費用又要給他們很高的鐘點費成本不符何，那對於一個做生意的角度這樣不會賺錢那我幹嘛還做？去年是因為工業局還有剩的錢，就問我們要不要開，像我們申請就是短期的，就只有 24 個小時，他們當然也是開放長期的先申請，可能明年看還有沒有剩的錢會再問我們吧，因為公家機關其實就是有多的錢就要花掉，就會問我們要不要開，我們招生還是一樣招，有補助就會變成學生撿到便宜，當然要申請也可以但是就</p>

<p><u>有多的錢就要花掉，就會問我們要不要開，我們招生還是一樣招，有補助就會變成學生撿到便宜，當然要申請也可以但是就是師資不夠，如果我們是在台北的話就會比較容易，因為老師多，原則上有補助我們就盡量會申請，但有時候公家機關的補助申請真的很困難，因為你明明看到了可以申請，但是又一堆受限就會更困難，有我們還是會申請，因為對招生來講省費用招生所們就會容易些。</u></p>	<p>是師資不夠，如果我們是在台北的話就會比較容易，因為老師多，原則上有補助我們就盡量會申請，但有時候公家機關的補助申請真的很困難，因為你明明看到了可以申請，但是又一堆受限就會更困難，有我們還是會申請，因為對招生來講省費用招生所們就會容易些。 (B-1-2-3-02)</p>
<p>4. 目前運用何種廣告形式增加知名度，及擴充學生人數？ B：<u>沒有耶，因為曾經花過但是發現完全沒有效，比較早8年前我們有廣告單夾報、登報紙，也有網路上關鍵字但完全沒效，有可能搞不好現在做還不錯，可能是早在8年前大家對這個（數為音樂）不熟，但我覺得現在在社會上透過口碑介紹比你撒一萬張的DM有一個來已經很好了，與其這樣環保嘛，幹嘛浪費那些資源，所以我現在比較做的第一個就是認識人再來就是做口碑式行銷，我覺得比登廣告好很多，曾經有過（廣告）但效果不好，很多年都沒有花這種。</u></p>	<p>沒有耶，因為曾經花過但是沒有效，比較早8年前我們有廣告單夾報、登報紙，也有網路上關鍵字但完全沒效，可能是早在8年前大家不熟，但我覺得現在透過口碑介紹比你撒一萬張的DM有一個來已經很好了，所以我現在第一個就是認識人再來就是做口碑是行銷，我覺得比登廣告好很多，曾經有過但效果不好，很多年都沒有花這種。(B-1-2-4)</p>
<p>③價格 1. 目前學費收費標準如何訂定？</p>	<p><u>Music Maker</u>，當初也是從很便宜的價格，當初是三天，現在只做兩天，價格</p>

<p>B：學費的話早期數位音樂課程是加盟江奕帆，後來沒有合作，後來我們導入<u>Music Maker</u>，當初也是從很便宜的價格，當初是三天(課程)，現在只做兩天，價格我們慢慢調，我會先去想一個合理數字讓別人覺得很便宜試試看，價格慢慢調，從 1,980 調到 3,980，兩天，以前都是三天，我們只開兩天用意是想說有興趣就會繼續上面的課程，我們覺得說針對音樂老師像音樂都會了就不需要學音樂只需要學軟體，所以就會把數位音樂課程拆開，我們價格不會愈調愈高，就調到合理的程度，就依這準則定價，現在課程是兩天共 12 小時。</p>	<p>我們慢慢調，我會先去想一個合理數字讓別人覺得很便宜試試看，價格慢慢調，從 1980 調到 3980，兩天，以前三天，我們價格不會愈調愈高就調到合理的程度，就依這準則定價，兩天共 12 小時。 (B-1-3-1)</p>
<p>2. 如果進行學費價格調整，其主要考量因素又是甚麼？ B：<u>當初我們課程定價很便宜當然就慢慢漲，還是要有利潤近來，我價格也不會漲到愈來愈貴，但也還不會比外面貴因為這樣子就去選擇其他地方，所以一開始就是使用薄利多銷方式進行。</u></p>	<p>當初定價很便宜當然就慢慢漲還是要有利潤近來，但也還不會比外面貴因為這樣子就去選擇其他地方，所以一開始就是使用薄利多銷方式進行。(B-1-3-2)</p>
<p>3. 學習教材的收費標準為何? B：<u>因為數位音樂他很新所以沒有教材，但是我現在就有一個講義，我自己編輯不需要收費是包含在課程裡，這個講義有版權問題，原本有想過要不要編一本書但是太忙了所以就先順延。</u></p>	<p>因為數位音樂她很新所以沒有教材，但是我現在就有一個講義，我自己編輯不需要收費包含在課程裡 (B-1-3-3)</p>

<p>4. 是否採集體議價的收費模式?</p> <p>B: <u>也會有，像是課程揪團就有再打折，但個別課是一對一沒有辦法，因為成本是固定的，數位課程像找朋友來一起來學就可以更便宜，折扣我們大概取一堂課 600，單堂多一人那個加一百塊就變成一人 350，但我還是會提醒她找一個音樂基礎跟你差不多的，你不能你不會找一個超厲害的這樣也不好上，當然軟體操作可能兩個都不會，但還是會牽扯到音樂的東西這樣就不好學，原則上兩人以上價錢固定，團體班最低一人就 300 不會管你多少人，但像 D J 課程我們建議不要超過 4 人，因為超過四人就沒有那個品質，像個別課就像為你量身訂做，超過四個人也是分攤那個時間就變成學生不划算，老師兼顧學生也會有困難。</u></p>	<p>也會有，像是揪團就有再打折，但個別課一對一沒有辦法，因為成本是固定的，折扣我們一堂課 600 多一人單堂那個加一百塊就變成一人 350，原則上兩人以上價錢固定，團體班最低一人就 300 不會管你多少人 (B-1-3-4)</p>
<p><b>④促銷</b></p> <p>1. 貴機構(教師個人)是否固定舉辦成果發表會等相關活動?其成效如何?</p> <p>B: <u>我們大概從一開始就有了，像今年 3 月 30 日就要辦的 17 次的師生聯合音樂會，每年辦兩次，固定沒甚麼狀況就會辦的，但除了去年有個小狀況就是天氣，我們延了兩次，我們比較喜歡半開放式的因為也比較好宣傳，密閉式的就</u></p>	<p>我們大概從一開始就有了，像今年 3 月 30 日就要辦第 17 次的師生聯合音樂會，每年辦兩次，固定沒甚麼狀況就會辦的，辦完活動完大概會有兩個上下左右來報名，或者甚至一兩年後說有看過我們表演就來報名。(B-1-2-1-01)</p>

<p><u>是只有學生跟老師還有家長，那也沒有甚麼好宣傳的，所以我都從來沒辦過室內所以就跑一些商圈做表演就可以宣傳，辦完活動完大概會有兩個上下左右來報名，或者甚至一兩年後說有看過我們表演就來報名。</u></p> <p>生可以上台，但也都歡迎我認識的人來，也會邀請原則是這間機構所有老師跟學生，但也不是所有學一些其他身邊的老師。</p>	
<p>2. 貴機構（教師個人）是否與學校、社團建立合作關係?</p> <p>B：<u>有，我們一直有再跟學校，像勤益科大的文創系，他們的數位教室跟錄音室建置，也有跟他們做過產學辦講座，弘光嘉大南華朝陽南開北科大建國，大專院校居多，高中就大名小名虎尾有上過研習，比較著重大專院校，因為文創數媒跟我們比較接近，系所的選修課程，原則上初期都先教 Music Maker，因為通常學生也都沒有音樂基礎，像建國前面教 Music Maker 後面教 Pro tools，明道有 cubass 所以就先 Music Maker 在 cubass (B-1-②-2)</u></p> <p><u>前面教 Music Maker 後面教 Pro tools，明道有 cubass 所以就先 Music Maker 在 Cubass，前面都先教 Music Maker 因為比較好玩，不然你叫學生自己弄出旋律出來這很難，不可能只上一學期或一學年就教的出來，你必須要長時間學習，開頭建置一個音樂東西再透過軟體把想要</u></p>	<p>有，我們一直有再跟學校，像勤益科大的文創系，他們的數位教室跟錄音室建置，也有跟他們做過產學辦講座，弘光嘉大南華朝陽南開北科大建國，大專院校居多，高中就大名小名虎尾有上過研習，比較著重大專院校，因為文創數媒跟我們比較接近，系所的選修課程，原則上初期都先教 Music Maker，因為通常學生也都沒有音樂基礎，像建國前面教 M後面教 Pro tools，明道有 cubass 所以就先 Music Maker 在 cubass (B-1-②-2)</p>

<p>的東西做出來，所以 Music Maker 我們在學校推廣就是音樂創作或編曲，Pro tools 可能就是針對錄音工程這一塊，那當然本身音域能力很好的學生透過這學習就能用出他想要的音樂。</p>	
<p>3. 貴機構（教師個人）在招生策略上有什么特別規劃？</p> <p>B：<u>我們就是在五宣傳 FB 自己的部落格跟 LINE 上，有計畫今年度找人專門負責這一塊在網路上做宣傳，我是覺得網路宣傳非常重要，我們今年度開始就會找專人負責，我們其實有一個官方網站但還沒用好，希望今年是可以用好。</u></p>	<p>我們比較喜歡辦半開放式的成果發表會，因為也比較好宣傳，密閉式的就是只有學生跟老師還有家長，那也沒有甚麼好宣傳的，所以我都從來沒辦過室內所以就跑一些商圈做表演就可以宣傳</p> <p>（B-1-2-1-02）</p> <p>我們就是在五宣傳 FB 自己的部落格跟 LINE 上，有計畫今年度找人專門負責這一塊在網路上做宣傳，我是覺得網路宣傳非常重要，我們今年度開始就會找專人負責，我們其實有一個官方網站但還沒用好，希望今年是可以用好。</p> <p>（B-1-2-3）</p>
<p><b>二、行銷 4C</b></p> <p><b>①消費者需求和慾望</b></p> <p>1. 學員學習數位音樂的主要動機為何？</p> <p>B：<u>他們就是想要做自己的音樂，其實應該都是對數位音樂唸這塊有興趣拉，少部分是那種冬夏令營，如果是那種小</u></p>	<p>他們就是想要做自己的音樂，其實應該都是對數位音樂唸這塊有興趣拉，少部分是那種冬夏令營，如果是那種小朋友國中國小大部分都是媽媽幫他們安排一個寒暑假充實，大部分來的應該都是對音樂創作有興趣（B-2-1-1）</p>

<p><u>朋友國中國小大部分都是媽媽幫他們安排一個寒暑假充實，大部分來的應該都是對音樂創作有興趣，比較少有其他的，他們來上 DJ 課就是想當 DJ，數位音樂原則是是兩塊一個創作一個錄音。</u></p>	
<p>2. 學員對教學師資是否有特殊要求? B：目前還好，對數為這塊我們在教學時他們也不是很懂，所以像 P 的課程他們本身是錄音師也會 P 了所以就比較會提出問題。</p>	
<p>3. 學員對課程教學執行成效有何要求? B：師父領進門修行在個人，來上完課一定要不斷的做，懂了要去用不然就等於不會，差不多都這樣，<u>成果原則上數位冬夏令營一定要有個成果滿意度都還不錯，我們其實在上課前都會告訴他們課程的內容，如果想要更精進那當然會有輔助的課程，例如詞曲創作班，軟體已經會了有一些詞曲課程這樣作品就更完整，我們會盡量開一些對學生不錯的課程，例如弦律創作班，就可以這樣去搭配。</u></p>	<p>成果原則上數位冬夏令營一定要有個成果（作品）滿意度都還不錯（B-2-1-3）</p>
<p><b>②消費者願意付出成本</b> 1. 學費的費用級距在多少價格之間最容易被接受? B：<u>其實我們目前來講是 600 到 800（一小時），Pro tools 一定會比較高 1200~</u></p>	<p>其實我們目前來講是 600 到 800（一小時），Pro tools 一定會比較高 1200~1500，個別課，接受度都還 OK，因為學音樂大家印象都不會太便宜，數位音樂學習大概三個月半年也就差不多，但數位的</p>

<p>1500，個別課，接受度都還OK，因為學音樂大家印象都不會太便宜，數位音樂學習大概三個月半年也就差不多，但數位的價格比較少人嫌貴，反而是一般樂器的個別課比較容易被比價，數位可能教的地方不多所以不容易，數位來講其他機構大概 800~1000 都有。</p>	<p>價格比較少人嫌貴，反而是一般樂器的個別課比較容易被比價，數位可能教的地方不多所以不容易，數位來講其他機構大概 800~1000 都有。。(B-2-②-1)</p>
<p>2. 學員通常每週願意付出多少時間成本學習?</p>	
<p>3. 平均每一學員的學習成效時間多久? 為什麼? B: <u>大概三個月最久，我們課程都有照進度差不多三個月</u>，像 Music Maker 大概 1 2 小時就差不多因為功能也沒太困難，Pro tools 比較開密集課程音為北中南都會有人來上課，Reason 大概三個月左右，我們目前的課程M有教到編曲，Reason 跟 Pro tools 比較沒有，主要是教功能因為他們功能滿多的。</p>	<p>大概三個月最久，我們課程都有照進度差不多三個月 (B-2-2-3)</p>
<p><b>③購買商品便利性</b> 1. 是否針對特定族群主動舉辦數位音樂教學的相關活動?並藉活動同時提共教學課程資訊? B: 數位音樂我們在最早前都有體驗課程，大概<u>我們剛開始做的兩三年前請大學社團來看看數位音樂怎麼一回是或者</u></p>	<p>我們剛開始做的兩三年前請大學社團來看看數位音樂怎麼一回是或者唱唱歌這樣，因為有時對的時間加上對的事情就有效果，我們可能會先開個講座，再來招生，所以一開始我們有但發現沒成效後來就沒辦了。(B-2-3-1)</p>

<p><u>唱唱歌這樣，像現在數位音樂這塊或者可以再試著辦辦看，因為有時對的時間加上對的事情就有效果，我們可能會先開個講座，再來招生，所以一開始我們有但發現沒成效後來就沒辦了。</u></p>	
<p>2. 是否利用其他活動形式的配合，提共教學資訊的取得? B：<u>會，像有的時候會有社團我們會去表演宣傳，去表演不用錢他們都會發資料袋就丟 DM，偶爾會贊助他們，像會刊登廣告，或者是政府活動透過公關公司舉辦，然後找到我們這邊來，或者是有人辦活動、老人院需要表演我們都可以去廣告。</u></p>	<p>會，像有的時候會有社團我們會去表演宣傳，去表演不用錢他們都會發資料袋就丟 DM，偶爾會贊助他們，像會刊登廣告，或者是政府活動透過公關公司舉辦，然後找到我們這邊來，或者是有人辦活動、老人院需要表演我們都可以去廣告。(B-2-3-2)</p>
<p><b>④溝通</b> 1. 數位音樂教學的推動過程中，是否遭遇執行上的困難? B：<u>執行時一定要有電腦，設備是一個困難，以學校來講一定要有設備，再者我今年有計畫往北部南部辦夏令營，因為有些人建議跟詢問，所以第一個執行困難就是要找電腦教室樂有設備，因為一人一台電腦所以頂多跟學校做合作，另一個困難就是數位音樂老師不是很好找，再來就是培訓的老師也要讓它有課教，如果訓沒有課給他也像沒培訓一樣，像我覺得找到適合教數位的老師不</u></p>	<p>執行時一定要有電腦，設備是一個困難，以學校來講一定要有設備，再者我今年有計畫往北部南部辦夏令營，因為有些人建議跟詢問，所以第一個執行困難就是要找電腦教室樂有設備，因為一人一台電腦所以頂多跟學校做合作，另一個困難就是數位音樂老師不是很好找，再來就是培訓的老師也要讓它有課教，如果訓沒有課給他也像沒培訓一樣，像我覺得找到適合教數位的老師不</p>

<p>是很容易，找資深老師不太可能，找到年輕的也要看它有沒有心，找到有心的理念能力也不太夠，所以地點、老師這些都是困難。</p>	<p>些都是困難。(B-2-4-1)</p>
<p>2. 貴機構(教師個人)是否主動參與社區、地方性的展演活動? B: <u>社區大概就是里長，因為會有些活動，地方性的目前大概是這樣</u></p>	<p>社區大概就是里長，因為會有些活動，地方性的目前大概是這樣(B-2-4-2)</p>
<p>3. 購買課程是否提供其他加值產品或服務? B: <u>會阿~來我們這上課來練習是不用錢的，或者課程會送優惠卷，或者我們比如說M的認證課程，繳這個學費就含一套軟體跟考證照，像我就在大學推這個課程，對學生來講想要在家裡做就很方便，證照是我們這邊推廣，當然一定會有台灣代理商去主導。</u></p>	<p>來我們這上課來練習是不用錢的，或者課程會送優惠卷，或者我們比如說M的認證課程，繳這個學費就含一套軟體跟考證照，像我就在大學推這個課程，對學生來講想要在家裡做就很方便，證照是我們這邊推廣，當然一定會有台灣代理商去主導。(B-2-4-3)</p>
<p><b>三、未來發展與建議</b></p> <p>1. 對台灣數位音樂教學市場的未來走向有何看法? B: <u>我們是放眼大陸，因為台灣人太少，幼、稚、園、國、小、國、中、大、學、這、樣、慢、慢、關、關、，、數、位、音、樂、這、個、產、業、比、較、，、能、夠、堅、持、到、後、面、畢、竟、是、少、數、，、這、種、比、較、技、術、性、東、西、一、定、要、不、斷、進、步、，、要、賺、到、錢、一、定、要、夠、堅、持、，、像、我、們、第、一、年、時、有、個、朝、陽、的、學、生、，、它、音、樂、基、礎、也、沒、有、很、好、，、它、來、這、邊</u></p>	<p>我們是放眼大陸，因為台灣人太少，幼、稚、園、國、小、國、中、大、學、這、樣、慢、慢、關、關、，、數、位、音、樂、這、個、產、業、比、較、，、能、夠、堅、持、到、後、面、畢、竟、是、少、數、，、這、種、比、較、技、術、性、東、西、一、定、要、不、斷、進、步、，、要、賺、到、錢、一、定、要、夠、堅、持、，、目、前、我、有、慢、慢、地、往、大、陸、這、方、面、規、劃、，、出、前、先、找、管、道、招、生、，、先、試、水、溫、，、但、還、沒、有、實、際、動、作、，、但、有、想、法、跟、管、道、，、大、概、明、年、看、有、無、機、會、可、以、過、去、開、課、。</p> <p>(B-3-1)</p>

<p>很認真學，一天花 8 小時在數位音樂上，每天都在我們這，辦活動都來幫忙，他大學畢業原本要去唸教大聲音工程研究所，但備取沒有上，他想出國唸我很贊成，因為國外跟台灣這一塊差很多，但後來因為經濟因素還是在台灣，因為幾年前台灣數位音樂市場需要這方面人才，然後他大二到大四累積了非常多的作品，後來她到台北找了工作是一間非常資深的音樂室，去年甚至入圍的金鐘獎最佳音效獎，他算是我們滿傑出的學生。</p> <p><u>目前我有慢慢地往大陸這方面規劃，出前先找管道招生，先試水溫，但還沒有實際動作，但有想法跟管道，大概明年看有無機會可以過去開課。</u></p>	
<p>2. 貴機構（教師個人）為未來的發展規劃?短期(2 年內)?中期(5 年內)?長期(5 年以上)?</p> <p>B：<u>短期其實我們還是著重把教學做好，在讓課程的量可以多些，但一定要培訓師資，原則把現有課程可以做個穩定開課，就是出去都有人可以來上有個固定的人數，中期是希望成立向經紀公司，因為我們有人才，可以去做個管道，讓學生在市場可以有多些機會發揮，但這部分還要做個整合，長期的話大陸是</u></p>	<p>短期其實我們還是著重把教學做好，在讓課程的量可以多些，但一定要培訓師資，原則把現有課程可以做個穩定開課，就是出去都有人可以來上有個固定的人數，中期是希望成立向經紀公司，因為我們有人才，可以去做個管道，讓學生在市場可以有多些機會發揮，長期的話大陸是個趨勢，因為他們還比較不知道數位音樂，所以一定有市場在，我們是希望能夠未來我們也可以走唱片公司這一塊，因為我們跟一班唱片公司不</p>

<p><u>個趨勢，因為他們還比較不知道數位音樂，所以一定有市場在，我們是希望能夠未來我們也可以走唱片公司這一塊，因為我們跟一班唱片公司不同，是從學生不會到成長到到可以表演，事實上他夠堅持一路走來我們可以做這部分培養，希望學生有這個淺利誘幫他去完成。</u></p>	<p>同，是從學生不會到成長到到可以表演，事實上他夠堅持一路走來我們可以做這部分培養，希望學生有這個淺利誘幫他去完成。(B-3-2)</p>
---	--



訪談對象編號：C

訪談時間：103.02.11 PM 13:30

訪談地點：台中勤益科技大學

訪談方式：開放式錄音訪談

訪談逐字稿	編碼分析
<p>一、行銷 4P</p> <p>①產品</p> <p>12. 數位音樂教學本身的主要特色為何?</p> <p>C：<u>因為數位音樂在文創產業是一個趨勢，但是我們台灣古典跟流行是兩個極端的東西，最好的學習還是在有效率制度化體制下學習是最好，兩者能結合古典音樂就不會沒有工作，因為古典音樂不能容納這一塊，這一塊也不能接受古典音樂，所以導致這一塊是分裂的，如果古典音樂能夠轉型那麼市場會非常的大流行音樂的品質也會提升，因為我們有一系列傳統音樂的訓練很重要，畢竟有古典音樂的基礎，他們(流行音樂)要去業界學樂理學學甚麼在整個來說</u>是比較弱的，可是他們玩樂團玩流行音樂是很久，他們有一套自己東西，如果這兩者結合那麼大家就不用那麼辛苦，要到業界去學這學那，其實在學校的系統下他其實是可以做得很好，這就是教育的制度問題。我們的教育制度就</p>	<p>因為數位音樂在文創產業是一個趨勢，但是我們台灣古典跟流行是兩個極端的東西，最好的學習還是在有效率制度化體制下學習是最好，兩者能結合古典音樂就不會沒有工作 (C-1-1-1-01)。</p> <p>因為古典音樂不能容納這一塊，這一塊也不能接受古典音樂，如果古典音樂能夠轉型那麼市場會非常的大流行音樂的品質也會提升，因為我們有一系列傳統音樂的訓練很重要，畢竟有古典音樂的基礎，他們(流行音樂)要去業界學樂理學學甚麼在整個來說比較弱的，可是他們玩樂團玩流行音樂是很久，他們有一套自己東西，如果這兩者結合那麼大家就不用那麼辛苦，要到業界去學這學那，其實在學校的系統下他其實是可以做得很好，這就是教育的制度問題。我們的教育制度就是沒有辦法接受這一個整合(流行音樂)我們要做的是軟體做音樂，那個配器要如何去，效果器跟錄音收音要怎麼做？這些都是需要業師教導的，包誇我們要學要盡些也是要去業界，可是這就變成一個很大的</p>

<p>是沒有辦法接受這一個整合（流行音樂）。我們要做的是軟體做音樂，那個配器要如何去做，效果器跟錄音收音要怎麼做？這些都是需要業師教導的，包誇我們要學要盡些也是要去業界，可是這就變成一個很大的矛盾了，照理說學校是要跟業界做連結，但是台灣的教育是學校總是跑在業界的後面，反而要到業界去學，但是業界沒有學術的基礎，所以這中間造成很大的矛盾，這就是我們教育沒有辦法落實的地方。</p>	<p>矛盾了，照理說學校是要跟業界做連結，但是台灣的教育是學校總是跑在業界的後面，反而要到業界去學，但是業界沒有學術的基礎，所以這中間造成很大的矛盾，這就是我們教育沒有辦法落實的地方。</p> <p>（C-1-1-1-01）</p>
<p>13. 數位音樂教學的課程等級如何區分？</p> <p>C：初階是音樂導論（必修）因為需要音樂的基礎，包含世界音樂古典音樂流行音樂介紹歷史脈絡、音樂語言創作（選修）、還有樂理，還有 Music Maker 這類的東西比較容易入門，二上開始進入數位音域創作及軟體運用課程大概兩學期，兩學期完配合 MV 製作和其他的客，三年級就錄音工程</p>	<p>初階是音樂導論（必修）因為需要音樂的基礎，包含世界音樂古典音樂流行音樂介紹歷史脈絡、音樂語言創作（選修）、還有樂理，還有 Music Maker 這類的東西比較容易入門，二上開始進入數位音域創作及軟體運用課程大概兩學期，兩學期完配合 MV 製作和其他的課，三年級就錄音工程（C-1-1-2）</p>
<p>14. 數位音樂教學的教材如何選擇？</p> <p>C：老師們自己編輯，我們所學的跟學生需求自己把教材介入，還有業師協同教學所以有六周業師上課，會把困難跟專業的東西留給業師去指導學生，就可</p>	<p>老師們自己編輯，我們所學的跟學生需求自己把教材介入，還有業師協同教學所以有六周業師上課（C-1-1-3）</p>

<p>以學到專業的東西。</p>	
<p>15. 對提升數位音樂教學品質有何建議？</p> <p>C：<u>第一個當然是設備，因為沒有設備就無法做，再來就是學生要常常去摸她，所以要開放給學生用因為設備很貴，學生要購買是很困難的，但這東西就是要用因為她也會落伍也會過時，不給學生用學生就學不到東西，因為是技術性的東西要不斷地摸，越摸越熟練就會最初更好的作品。</u></p> <p><u>但市場舞台也是一個嚴重的問題，因為我們整個社會人才真的缺乏舞台，所以很多人都人才外流，所以我們想盡辦法去創造我們的舞台，但是很辛苦不容易，只有少部分人受惠，包括我們的文創文化部，都是少數知名人士受惠，對一般人或獨立創作地下樂團他們就幾年消失，因為沒有錢就撐不下去，這是台灣的生態。</u>因為我們國家都是補助有成績的人，剛起步的人就非常困難，這樣對整體的產業沒有幫助，而且我們在推動過程中有困難，因為一般人不理解就不願意接受他。</p>	<p>第一個當然是設備，因為沒有設備就無法做，再來就是學生要常常去摸她，所以要開放給學生用因為設備很貴，學生要購買是很困難的，但這東西就是要用因為她也會落伍也會過時，不給學生用學生就學不到東西，因為是技術性的東西要不斷地摸，越摸越熟練就會最初更好的作品。</p> <p>(C-1-1-4-01)</p> <p>但市場舞台也是一個嚴重的問題，因為我們整個社會人才真的缺乏舞台，所以很多人都人才外流，所以我們想盡辦法去創造我們的舞台，但是很辛苦不容易，只有少部分人受惠，包括我們的文創文化部，都是少數知名人士受惠，對一般人或獨立創作地下樂團他們就幾年消失，因為沒有錢就撐不下去，這是台灣的生態。</p> <p>(C-1-1-4-02)</p>
<p>②管道</p> <p>1. 是否運用公部門提供的協助管道或補助?</p>	<p>作一些例如跟產業職訓局的案子，因為他要繳學費但是學生在經濟上來說不是很願意，基本上都社會人士，所以對我們學</p>

<p>C：<u>有作一些例如跟產業職訓局的案子，因為他要繳學費但是學生在經濟上來說不是很願意，基本上都社會人士，所以對我們學生不是很有實質效應，倒是體驗營隊學生來說他比較會接觸到有趣的東西，也不用付費所以比較能學到東西。</u></p>	<p>生不是很有實質效應，倒是體驗營隊學生來說他比較會接觸到有趣的東西，也不用付費所以比較能學到東西。(C-1-2-1)</p>
<p>2. 目前運用何種廣告形式增加知名度，及擴充學生人數？</p> <p>C：<u>目前我們會作一些課程行銷，有課程說明會，讓學生知道我們在做甚麼，基本上是校內，我們會在系上做，其他系學生會上網去看。</u></p>	<p>目前我們會作一些課程行銷，有課程說明會，讓學生知道我們在做甚麼，基本上是校內，我們會在系上做，其他系學生會上網去看。(C-1-2-2)</p>
<p><b>③價格</b></p> <p>1. 目前學費收費標準如何訂定？</p> <p>C：<u>包含在學費中，外系也不需額外加修費用，資源共享</u></p>	<p>包含在學費中，外系也不需額外加修費用，資源共享 (C-1-3-1)</p>
<p>2. 學習教材的收費標準為何？</p> <p>C：<u>我們用講義方式在數位學習平台上自行下載所以不需要收費，但是這個東西有智慧財產權，所以希望同學也不要流動，紙本方面因為比較粗淺所以深入的東西放置平台。</u></p>	<p>我們用講義方式在數位學習平台上自行下載所以不需要收費，但是這個東西有智慧財產權，所以希望同學也不要流動，紙本方面因為比較粗淺所以深入的東西放置平台。 (C-1-3-2)</p>
<p><b>④促銷</b></p> <p>1. 貴機構（教師個人）是否固定舉辦成果發表會等相關活動?其成效如何？</p>	<p>每年全國大專數位音樂比賽，在春季辦的活動，今年在四月底，效果非常的好，去年有個屏東的同學來參賽，後來被台北唱片公司徵才，比賽過程中有業界人士來看</p>

<p>C：<u>每年全國大專數位音樂比賽，在春季辦的活動，今年在四月底，效果非常的好，去年有個屏東的同學來參賽，後來被台北唱片公司徵才，比賽過程中有業界人士來看找尋有淺力特色人找來做後續的發展，因為我與社區營造有在接觸，所以到時候有街頭舞台街頭市集供應學生有個舞台機會。</u></p>	<p>找尋有淺力特色人找來做後續的發展，因為我與社區營造有在接觸，所以到時候有街頭舞台街頭市集供應學生有個舞台機會。(C-1-4-1)</p>
<p>2. 貴機構（教師個人）在招生策略上有何特別規劃?</p> <p>C：<u>我們有道個個高中職去做說明，把數位音樂推廣，因為這是我們三大領域，其實反應都很好，有很多高中職找我們開這個課程，因為多少有技術性，因為現在大家看不到古典音樂的優勢，所以會需要轉型。</u></p>	<p>我們有道個個高中職去做說明，把數位音樂推廣，因為這是我們三大領域，其實反應都很好，有很多高中職找我們開這個課程，因為多少有技術性，因為現在大家看不到古典音樂的優勢，所以會需要轉型。(C-1-4-2)</p>
<p>二、行銷 4C</p> <p>①消費者需求和慾望</p> <p>1. 學員學習數位音樂的主要動機為何?</p> <p>C：<u>有分兩類人，一種是因為學分需要，他須要有跨領域學分藝術類學分，有時是需要其他課程需要用到，因為版權問題他不能用別人東西所以他來學，視實際上的需求。</u></p> <p><u>另一種是他本身走這塊產業他在業界有再接軌他本身有在玩樂團，他就</u></p>	<p>有分兩類人，一種是因為學分需要，他須要有跨領域學分藝術類學分，有時是需要其他課程需要用到，因為版權問題他不能用別人東西所以他來學，視實際上的需求。</p> <p>另一種是他本身走這塊產業他在業界有再接軌他本身有在玩樂團，他就非常認真，在作品非常追求作品晚上也會來利用資源，為自己在鋪產業路，畢業後在業界做相關路。</p> <p>(C-2-1-1)</p>

<p><u>非常認真，在作品非常追求作品晚上也會來利用資源，為自己在鋪產業路，畢業後在業界做相關路。</u></p>	
<p>2. 學員對教學師資是否有特殊要求? C：<u>一般初階學生要求他們其實會期待自己想學的，他們的能力落差很大，他們有問題等業師來能解答時就當下處理，業師會帶著他們業界來的經驗告訴學生，例如電流學，但學生會反彈，因為覺得太難，學生對老師業界的能力有所要求，但真正想在這塊地學生她們比較少抱怨，因為對他們來說都是知識。</u></p>	<p>一般初階學生要求他們其實會期待自己想學的，他們的能力落差很大，他們有問題等業師來能解答時就當下處理，業師會帶著他們業界來的經驗告訴學生，學生對老師業界的能力有所要求，但真正想在這塊地學生她們比較少抱怨，因為對他們來說都是知識。(C-2-1-2)</p>
<p>3. 學員對課程教學執行成效有何要求? C：<u>有，會一定要有作品，而且這作品一定要讓錄音工程同學錄製完的完整作品，早期像還有一屆學生要做出 MIDI，而且這也是我們的要求，我這邊會要求學長姊對學弟妹要求，因為他們要錄音，過程中也有業師協同，而這樣出來的結果是好的，因為這樣同學會有完整的作品有學到東西。</u></p>	<p>有，會一定要有作品，而且這作品一定要讓錄音工程同學錄製完的完整作品，早期像還有一屆學生要做出 MIDI，而且這也是我們的要求，我這邊會要求學長姊對學弟妹要求，因為他們要錄音，過程中也有業師協同，而這樣出來的結果是好的，因為這樣同學會有完整的作品有學到東西。(C-2-1-3)</p>
<p>②消費者願意付出成本 1. 學員通常每週願意付出多少時間成本學習? C：<u>因為我們的作業很多，需要不斷的</u></p>	<p>因為我們的作業很多，需要不斷的去接觸，但都看個人因為也無法去評估，因人而異。(C-2-2-1)</p>

<p><u>去接觸，但都看個人因為也無法去評估，因人而異。</u></p>	
<p>2. 平均每一學員的學習成效時間多久?為什麼? C：<u>因為有退選期很多人覺得無法應付或者不想要他就中斷，但完成課程人數是占多數的，但退選的也大都會回流，因為他們退選只是暫時課業時間應付不來。</u></p>	<p>因為有退選期很多人覺得無法應付或者不想要他就中斷，但完成課程人數是占多數的，但退選的也大都會回流，<u>因為他們退選只是暫時課業時間應付不來。</u> (C-2-2-2)</p>
<p><b>③購買商品便利性</b> 1. 是否針對特定族群主動舉辦數位音樂教學的相關活動?並藉活動同時提共教學課程資訊? C：<u>有，基本上都是針對學生，例如社團，再來就是我們的相關體驗營，講座會舉辦，因為每年都以固定的次數，請業界人士來說明，我們社團社長會公告，是我們的數位影音社，還有歌唱社，他們有興趣就會前來。</u></p>	<p>有，基本上都是針對學生，例如社團，再來就是我們的相關體驗營，講座會舉辦，因為每年都以固定的次數，請業界人士來說明，我們社團社長會公告，是我們的數位影音社，還有歌唱社，他們有興趣就會前來。(C-2-3-1)</p>
<p>2. 是否利用其他活動形式的配合，提共教學資訊的取得? C：<u>我們會去參加教師的研習營，還有自己的考照再把資訊帶回來，而我們有個文創產業的課程，所以會在課程中交流，還有學校舉辦的研習課程</u></p>	<p>我們會去參加教師的研習營，還有自己的考照再把資訊帶回來，而我們有個文創產業的課程，所以會在課程中交流，還有學校舉辦的研習課程 (C-2-3-2)</p>
<p><b>④溝通</b></p>	<p>有，一開始很難被認同。因為學校不理解</p>

<p>1. 數位音樂教學的推動過程中，是否遭遇執行上的困難？</p> <p>C：有，一開始很難被認同。因為學校不<u>理解你們在做些甚麼，又需要到很多的設備，所以一開始會質疑，我們每年就做出成果讓他們看見，因為文化部也在推，但其實產業部分比較弱所以我們也會擔心我們學生畢業後是不是會有出入，這些我們也要評估，所以過程中也會被質疑，因為這個課程是不是也實質上的幫助，也因為設備比較貴，還有經費上的問題，學生證照的要求，所以一開始會比較辛苦。</u></p>	<p>所以會質疑，我們每年就做出成果讓他們看見，因為文化部也在推，但其實產業部分比較弱也會擔心我們學生畢業後是不是會有出入，所以過程中也會被質疑，也因為設備比較貴，還有經費上的問題，學生證照的要求，所以一開始會比較辛苦。</p> <p>(C-2-4-1)</p>
<p>2. 貴機構（教師個人）是否主動參與社區、地方性的展演活動？</p> <p>C：有，因為我們鼓勵學生參加比賽，目前是跟社區做農村再生規劃，未來規劃也是這領域的東西，目前帶著學生在做，包含音樂營、表演街頭舞台、戲劇跟社區接觸，本來這次數位音樂比賽也要跟社區合辦，但是因為場地因素所以就先暫緩到學校，我們都給學生很大的空間，一切都由學生自行打理也包含找贊助商整個活動的規劃，讓他們磨練自己辦活動的能力。</p>	<p>有，因為我們鼓勵學生參加比賽，目前是跟社區做農村再生規劃，未來規劃也是這領域的東西，目前帶著學生在做，包含音樂營、表演街頭舞台、戲劇跟社區接觸</p> <p>(C-2-4-2)</p>
<p>3. 購買課程是否提供其他加值產品或服務？</p>	<p>有，因為我們鼓勵學生參加比賽，目前是跟社區做農村再生規劃，未來規劃也是這</p>

<p>C：<u>像軟體部分我們不隨便提供，但有需要的同學可有透過我們再想辦法幫忙解決這樣。</u></p>	<p>領域的東西，目前帶著學生在做，包含音樂營、表演街頭舞台、戲劇跟社區接觸 (C-2-4-3)</p>
<p><b>三、未來發展與建議</b></p> <p>1. 對台灣數位音樂教學市場的未來走向有何看法？</p> <p>C：<u>我比較在意的是如果他沒有那個舞台那教學會被打斷，因為我們人才出來要往哪去？這是比較現實的問題，因為很多學生花這麼多錢他以後能幹嘛，如果能給學生就業舞台很重要，那教學才會進入實質的性統畫，因為我們目前產業比較辛苦所以很多人都到大陸去了，現在各大學跟各中學陸續想做這一塊，我們會提升沒錯但就業舞台在哪？這是大家需要思考的。</u></p> <p><u>或者是說他是跨領域的一個平台，我這邊也在跟社區去規劃觀光工廠這部分要怎麼去推動有個國際性的舞台讓大家去做，這都是大家要去思考的。</u></p>	<p>我比較在意的是如果他沒有那個舞台那教學會被打斷，因為我們人才出來要往哪去？這是比較現實的問題，因為很多學生花這麼多錢他以後能幹嘛，如果能給學生就業舞台很重要，那教學才會進入實質的性統畫，或者是說他是跨領域的一個平台，我這邊也在跟社區去規劃觀光工廠這部分要怎麼去推動有個國際性的舞台讓大家去做，這都是大家要去思考的。 (C-3-1)</p>

2. 貴機構（教師個人）為未來的發展  
規劃?短期(2 年內)?中期(5 年內)?長  
期(5 年以上)?

C：短期的話因為系上這整個計畫已經  
接軌了，我希望讓學生的作品是能夠有  
產值的，因為現在學生的出版品都是系  
上的出版，這些都是非營利地所以我希  
望學生有產值，那我走入社區走入產業  
界目的也是希望讓學生的東西是有產  
值的，這對學生來講是一種鼓勵，那他  
也會鼓勵更多人願意投入這樣，因為它  
也是跨領域的整合，除了數位音樂這一  
塊他也是有相關連結的，那就會讓學生  
更有機會，這是在短期在社區營造這  
個部分，我會把有興趣的同學帶入這一  
塊，不管是表演或者創作，讓他有產  
值。

中期我希望建立的對國外的一個  
窗口，這個窗口是屬於人才培訓的部  
分，觀光工廠是很大的投資，那個是  
我們必須要找到有意願的投資者才有  
辦法經營這一塊，國外的連結目前鎖定  
美國的某個流行音樂產業，但因為我們  
還沒成熟，這方面還沒成熟所以擺在下  
一階段。

長期我希望觀光工廠流行音樂產  
業學院可以正式成立，觀光工廠是以流

我希望讓學生的作品是能夠有產值的，因  
為現在學生的出版品都是系上的出版，這  
些都是非營利地所以我希望學生有產  
值，中期我希望建立的對國外的一個窗  
口，這個窗口是屬於人才培訓的部分，中  
期我希望建立的對國外的一個窗口，這個  
窗口是屬於人才培訓的部分，國外的連結  
目前鎖定美國的某個流行音樂產業，長期  
我希望觀光工廠流行音樂產業學院可以  
正式成立，觀光工廠是以流行音樂產業為  
主，等於是個產業鏈包含宿舍、學分班，  
是針對國外某所學院去做設計，最後希望  
他是個國際化產業人才培訓中心，有個產  
業的產值產生（C-3-2）

行音樂產業為主，等於是個產業鏈包含宿舍、學分班，是針對國外某所學院去做設計，最後希望他是個國際化產業人才培訓中心，有個產業的產值產生，因為還在談還沒進入這個階段所以還在進行，因為需要大量的資金所以要找到對的人來，觀光工廠在後龍，在社區的理事長家族的，我們想承租它成為一個新的轉型，會跟屯區藝文中心連結，因為我們社造本來就到屯區這一代，這是台中的後花園它勢必整個觀光產業連結起來，我們同學一定都會置入。



訪談對象編號：D

訪談時間：103.03.23 中午 16:00-18:30

訪談地點：台北古亭捷運站

訪談方式：開放式錄音訪談

學經歷：國小音樂班→國中音樂班→高中音樂班→大學走應用音樂

業界經歷：6年

<p>一、行銷 4P</p> <p>①產品</p> <p>1.數位音樂教學本身的主要特色為何?</p> <p>D：<u>它可以不求人</u>，應該說在某層面上啦，<u>因為傳統的製作你寫完曲子必須要找人幫你錄，還要找人幫你唱，就是你</u><u>需要很多人來合作，但是數位音樂它現在就是有取樣技術，我可以談出一支長笛我可以談出一個吉他，或者用手指談出鼓來，我可以用這樣的方式做，我們說 one men band，一個人就可以去做，當然有些東西是人不可能被取代，例如一些 Solo、技法、獨奏那些人的味道太強了沒有辦法用機器去取代的，那所以一定也要找真的人來演它的質感才會夠，但從某些層面來講數位音樂它有個很大的特色因為數位音樂可以獨立地完成一個完整的音樂。</u></p>	<p>它可以不求人，因為傳統的製作你寫完曲子必須要找人幫你錄，還要找人幫你唱，就是你需要很多人來合作，但是數位音樂它現在就是有取樣技術，我可以談出一支長笛我可以談出一個吉他，或者用手指談出鼓來，我可以用這樣的方式做，我們說 one men band，一個人就可以去做 (D-1-1-1-01)。</p> <p>當然有些東西是人不可能被取代，例如一些 Solo、技法、獨奏那些人的味道太強了沒有辦法用機器去取代的，那所以一定也要找真的人來演它的質感才會夠，但從某些層面來講數位音樂它有個很大的特色因為數位音樂可以獨立地完成一個完整的音樂 (D-1-1-1-02)。</p>
<p>2.數位音樂教學的課程等級如何區分?</p> <p>D：其實像 Music Maker…其實蘋果人最常用的應該是 Logic，可以從他們去入</p>	<p>我覺得數位音樂有個前提就是它的軟實力要跑在硬實力之前，這些軟實力包含了你對音樂的 sense，或者你的手指能力你</p>

門，但我覺得數位音樂有個前提就是它的軟實力要跑在硬實力之前，這些軟實力包含了你對音樂的 sense，或者你的手指能力你的彈奏能力，這些東西要跑在這些軟體跟器材之前，比如說要你會它之前你要先懂要會音樂的架構，或者是說對音色的概念或者是想法，吉他音色概念是怎樣它的透明感是甚麼，鼓的音色是怎樣？你要談一個流行歌或者你要談一個 Bossa，或者你要彈一個 Samba，這些東西你都會的話那它才會得心應手，當然我可以跟你說 Logic 跟 MUSIC MAKER 他們會很好入門，原因是因為他們有時候你不用彈奏你就可以創造音樂透過剪貼的方式，但是如果你沒有軟實力跑到硬實力之前，不然就算告訴你這些東西都可以貼可是放過來就會搭不起來，因為你的軟實力還沒建立好，所以套入電腦裡套入軟體裡就激不出火花來，當然他們是比較好入門，但貼的時候你要去了解你要的音樂結構是什麼，像我們以前大學在上課的時候老師他是做廣告配樂的，廣告有時候會有很明顯的結構，例如什麼人什麼是會先出來，問題會發生，再來是產品，大概會有這樣的結構，影片有這樣音樂當然也這樣，你的音樂也會有這些

的彈奏能力，這些東西要跑在這些軟體跟器材之前，這些東西你都會的話那它才會得心應手，當然我可以跟你說 Logic 跟 MUSIC MAKER 他們會很好入門，原因是因為他們有時候你不用彈奏你就可以創造音樂透過剪貼的方式，但是如果你沒有軟實力跑到硬實力之前，不然就算告訴你這些東西都可以貼可是放過來就會搭不起來，因為你的軟實力還沒建立好，所以套入電腦裡套入軟體裡就激不出火花來 (D-1-1-2)。

<p>段落，就算今天不是流行歌不是廣告那也會有主副歌間奏主副歌，就算你用貼的你要怎麼抓到層次架構，在用你的軟體去實踐。當然如果你本身有音樂背景的話套進數位音樂的硬體設備的時候可以透過這些工具去創造你想像的你要的東西。</p>	
<p><b>3.數位音樂教學的教材如何選擇?</b></p> <p>D：他的教材其實有，但我覺得教材的目的要看，對我來說<u>師父領進門，但是看什麼方式，很多人都說我沒有去學我都是自己摸，也確實，但因為很多東西老師無法什麼都交你，但可能可以交你怎麼開檔案怎麼設定按鈕怎麼彈，但進門後就是你自己的功課了</u>，現在坊間有一些這樣的教材，他分兩種，有些是軟體的，他跟音樂沒有什麼關係是交你怎麼使用軟體，有點像工具書這樣，可能就是告訴你些操作的方法，但是他沒有提到音樂的部份，他是告訴你怎麼來用這個軟體，另個就是交你怎麼做音樂了，有這樣的教材。其實他開始有些制式化了，例如告訴你怎麼打鼓或者加入BASS，例如告訴你什麼風格可以怎麼樣做，你造著他的方法就可以做出依個很基本初級的音樂，但這有好有壞，領進門是領進門了，但是如果不知道怎麼活用</p>	<p>師父領進門，但是看什麼方式，很多人都說我沒有去學我都是自己摸，也確實，但因為很多東西老師無法什麼都交你，但可能可以交你怎麼開檔案怎麼設定按鈕怎麼彈，但進門後就是你自己的功課了（D-1-1-3-01）。</p> <p>現在坊間有一些這樣的教材，他分兩種，有些是軟體的，他跟音樂沒有什麼關係是交你怎麼使用軟體，有點像工具書這樣，可能就是告訴你些操作的方法，但是他沒有提到音樂的部份，他是告訴你怎麼來用這個軟體（D-1-1-3-02）。</p> <p>另個就是交你怎麼做音樂了，有這樣的教材。其實他開始有些制式化了，例如告訴你怎麼打鼓或者加入 BASS，例如告訴你什麼風格可以怎麼樣做，你造著他的方法就可以做出依個很基本初級的音樂，但這有好有壞，領進門是領進門了，但是如果不知道怎麼活用就變得只會制式化只會那樣用（D-1-1-3-03）。</p>

用就變得只會制式化只會那樣用，以教材以書的話目前是這樣的作法，其實最有用的還是 you tube 的影片，因為現在有很多人會把創作過程錄影下來，你看那些影片就會偷到很多寶物，原來音色可以這樣用就可以學到很多東西，網路上 you tube 是很棒的老師，有時候不光是音樂教學這樣很赤裸的直接告訴你，有時候聽人家你也會知道這樣的作品就是數位音樂軟體做出來也不是真實樂團，但就是你也一樣是用數位音樂做，但就是不一樣所以就可以去分析聲音的學習或鑽研，我其實自己有考慮過來寫教材，我比較想要用情緒來分類，例如快樂音樂可以怎麼做感傷的音樂可以怎麼做，震撼的音樂恐懼的音樂…我絕得這東西比較有想像力但是也有可能你就會被限制住覺得恐懼就只能這樣，這東西出發點有些不同，他也許現制的空間沒那麼大她反而會藉由這方式提供例種想像，做配樂是種讀懂影像，有些是反差有些是貼著它走，像鬼片可能你把他音樂關掉你就覺得不可怕但是有時會相輔相成，像我看完鬼片去找原聲帶那畫面一直在腦中嚇的半死，可是同樣的音樂我朋友沒看過去聽他就覺得這曲子做的很酷之類的，其實

其實最有用的還是 you tube 的影片，因為現在有很多人會把創作過程錄影下來，你看那些影片就會偷到很多寶物，原來音色可以這樣用就可以學到很多東西 (D-1-1-3-04)。

<p>如果這個音樂沒有搭影像的話他的力道不夠，反之，音樂要怎麼樣去呈現情緒就不是在技法上。</p>	
<p><b>4.對提升數位音樂教學品質有何建議？</b>  D：<u>軟實力跑在硬實力之前，因為數位音樂還是個工具，你有 sense 能夠駕馭他的話那就會把它用的很友質感。</u></p>	<p>軟實力跑在硬實力之前，因為數位音樂還是個工具，你有 sense 能夠駕馭他的話那就會把它用的很友質感。(D-1-1-4)。</p>
<p><b>②管道</b>  <b>1.目前貴機構（教師個人）的學生主要來源管道？</b>  D：<u>小提琴的話是音樂教室</u></p>	<p>小提琴的話是音樂教室（D-1-2-1）。</p>
<p><b>2.學生主要年齡層、職業別分布現況？</b>  D：<u>小朋友居多，但我有教過成人，他滿有意思她會知道他想要學甚麼，他的目標就是能自彈自唱，會滿清楚知道她想要學到甚麼樣東西，他是很有判斷能力的人他知道他喜歡甚麼，它就是看到別人覺得很酷就想要學，所以會來告訴我說老師你能教我怎麼表演，可能他要自彈自唱就會告訴我她要會自彈自唱就好，或者是我談個東西給他聽他就會跟我說老師我就是要會你這樣彈就可以了，就大概知道他什麼樣的目標，有不同教法，就是也可以直接交他你剛剛彈的東西，但有時候是你必須要他怎麼動手指嘛，如果他不聽那你直接告訴他她也會不能理解，基本練習與實戰練習</u></p>	<p>小朋友居多，但我有教過成人（D-1-2-2-01）。  他滿有意思她會知道他想要學甚麼，他的目標就是能自彈自唱，會滿清楚知道她想要學到甚麼樣東西，他是很有判斷能力的人他知道他喜歡甚麼，它就是看到別人覺得很酷就想要學，所以會來告訴我說老師你能教我怎麼表演，可能他要自彈自唱就會告訴我她要會自彈自唱就好，或者是我談個東西給他聽他就會跟我說老師我就是要會你這樣彈就可以了，就大概知道他什麼樣的目標（D-1-2-2-02）。</p>

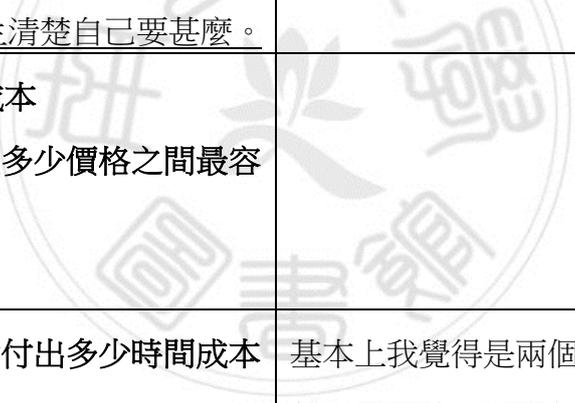
<p>要同時並齊，如果他需要一個速成的話，外面有開一些速成的包括數位音樂，短期密集的速成班，老實說我覺得他一訂有效用在，因為很多情況像很多教學一個禮拜上一次，很多人會忘了差不多才回來，基本上再打基礎的時候一定可以，雖然不可能直接到位，雖然這種課程可能會被大家不認同，但是可是只為了某些需求，例如只要會拉小星星，你讓他拉個 10 小時它還可能不會拉嗎？而且如果他之後還有興趣也會再繼續接觸。</p>	
<p><b>3.是否運用公部門提供的協助管道或補助?</b> D: <u>目前是沒有，可是在學校時有類似的經驗，系上或者國科會雲嘉南教育計畫之類</u>的。</p>	<p>目前是沒有，可是在學校時有類似的經驗，系上或者國科會雲嘉南教育計畫之類的 (D-1-2-3)。</p>
<p><b>4.目前運用何種廣告形式增加知名度，及擴充學生人數?</b> D: <u>我有個人網站，目前是這樣，那個其實是當有人找上來時我有個管道可以快速提供作品集，所以我的網站是充滿作品主要是作品的部分</u>，常有人問我有沒有做過甚麼東西，這樣我每一次都要把它找出來，常常都這樣有些麻煩，所以我就整理把它分門別類，這是劇場這是動畫這是配樂這樣讓客戶聽到整</p>	<p>我有個人網站，目前是這樣，那個其實是當有人找上來時我有個管道可以快速提供作品集，所以我的網站是充滿作品主要是作品的部分。(D-1-2-4-01)</p> <p>如果說是行銷的話我覺得是口碑，就是誰會幫你介紹這樣，因為現在滿多案子是透過誰誰誰來的這樣，直接找上來的有但不會是大宗。</p> <p>(D-1-2-4-02)</p>

<p>理過的東西，但<u>如果說是行銷的話我覺得是口碑，就是誰會幫你介紹這樣，因為現在滿多案子是透過誰誰誰來的這樣，直接找上來的友但不會是大宗。</u></p>	
<p><b>③價格</b> 1.目前學費收費標準如何訂定？ D：<u>大概1千到一千六，個別課的部分，其實有時候跟古典樂有點像個人行情問題，就看你最低可以怎麼收。</u></p>	<p>大概1千到一千六，個別課的部分，其實有時候跟古典樂有點像個人行情問題，就看你最低可以怎麼收。(D-1-3-1)</p>
<p>2.如果進行學費價格調整，其主要考量因素又是甚麼？ D：</p>	
<p>3.學習教材的收費標準為何？ D：<u>對我來說是沒有。</u></p>	<p>對我來說是沒有。(D-1-3-3)</p>
<p>4.是否採集體議價的收費模式？ D：<u>沒有。</u></p>	<p>沒有。(D-1-3-4)</p>
<p><b>④促銷</b> 1.貴機構（教師個人）是否固定舉辦成果發表會等相關活動？其成效如何？ D：<u>有，我覺得在數位音樂上是好的，因為對於初學的人來說他們需要一個練習的平台機會跟動力，但在古典音樂圈我覺得不見得是好事，因為會為了要上台才去練習，但太多時候你要練的東西是為了演出，為了練曲子東西反而捨掉了基礎，但我覺得在數位音樂上是好的而且成效是有的，不管在推廣還是個</u></p>	<p>有，我覺得在數位音樂上是好的，因為對於初學的人來說他們需要一個練習的平台機會跟動力，我覺得在數位音樂上是好的而且成效是有的，不管在推廣還是個人練習是會有幫助的。(D-1-4-1)</p>

<p><u>人練習是會有幫助的。</u></p>	
<p><b>2.貴機構（教師個人）是否與學校、社團建立合作關係?</b></p> <p>D：<u>有，但我目前是沒有，我目前在學校兼任，以前在學生時代有在校內舉辦，在我大四時想說要畢業了看可以對系上留下甚麼東西，所以我也開了很多課，大概4、5堂包括我自己的總結，對數位音樂入門的介紹，如何抓影像，數位音樂上可以應用在廣告上遊戲上動畫上阿，第二堂就之後的課，也有開錄音，我會帶麥克風帶器材來，一次錄音的架設流程，我會想把它當成一個互動的講座，主要是想對學弟妹啦，自己感覺在學校四年老師是沒辦法交給你的，因為課堂時間有限時間安排還有制度的關係，雖然是對校內公開但來我講座是學弟妹，我就講一些很有必要知道但老師不一定會告訴你的例如架設麥克風的技術，老師一定會教但沒辦法一步步告訴你不同器材要怎麼去用，可能系上就這麼一套，你會系上那套不代表你會用全部的東西，因為他們就是有共通的關係，例如你的器材怎麼跟電腦認識，它有個驅動程式，常常大家把線接</u></p>	<p>有，但我目前是沒有，我目前在學校兼任，以前在學生時代有在校內舉辦，在我大四時想說要畢業了看可以對系上留下甚麼東西，所以我也開了很多課（D-1-4-2-01）</p> <p>創造力每個人自己可以去發展，但有些捷徑的東西你可以選擇要不要去用。</p> <p>如果他們有想法知道想學甚麼意就會有要求，像小朋友也會，如果現在是聖誕節小朋友就會說想要學聖誕歌，這是種良性的狀態學生清楚自己要甚麼。（D-1-4-2-02）。</p> <p>師資問題是最尷尬的，最有資歷教我們可能就王力宏周杰倫，但是翻他們的學歷可能就不符合大學需要的，問題是你要去哪裡找去哪裡是念博士跟數位音樂機構的？音樂學友但是這些創作的部分，像拿金馬獎葛萊美他們也不是走這條路的（D-1-4-2-03）。</p>

完發現怎麼都不會動，結果發現是驅動程式沒有下載，我就告訴他們可能要看牌子是甚麼怎麼找，有一堂我在講器材連接，因為像系上有個教室在初建沒有連好器材，另外就是打譜的課，樂譜製作，雖然這個是很小但博大精深的技能，它可以讓她在某些製作上是需要的，因為像些製作人他可能會卡在這關，他沒辦法用譜，所以會這個技能是個好事，再來另堂就是數位音樂編曲創作的部分，但有時你要把想像的東西去傳授必須在某些層面限制住他，當時我也教了些小技巧，如果你東西要製造氣氛要怎麼讓音樂揚起來，類似一些這樣東西，這也變它是你能用的方法但你不一定要用這樣，我覺得創造力每個人自己可以去發展，但有些捷徑的東西你可以選擇要不要去用。學校部分有空間問題師資問題器材問題，師資問題是最尷尬的，最有資歷教我們可能就王力宏周杰倫，但是翻他們的學歷可能就不符合大學需要的，問題是你要去哪裡找去哪裡是念博士跟數位音樂機構的？音樂學友但是這些創作的部分，像拿金馬獎葛萊美他們也不是走這條路的，又加上學校那麼偏僻光，我們都覺得來這邊教我們的老師都是慈善事業，但就看學生有

<p>沒有把握住不然很多課其實也都浪費掉。</p>	
<p><b>3.貴機構（教師個人）在招生策略上有什么特別規劃?</b></p> <p>D：<u>對我個人來說教學它是我的副業，因為我目前在做電影配樂，所以我主要在這，我會覺得教學是我覺得在我這階段或者想要在產業退休前是要把自己吸飽狀況，攝取不同經驗，甚至說國外的經驗，我有夢想但是我不知道隨著自己的成長這個夢想是不是就不是夢想，我非常想去好來屋看他們這個產業怎麼運行怎麼去設計，說實在在台灣慢慢看過但走一圈看完後也會發現這些老師也是在吸取國外的經驗，所以我也就想要去國外去吸取經驗，如果我在那邊有個經驗，等我想退休再把這東西交出來我覺得能夠在更多我的經驗，所以我沒有覺得我現在可以去給。</u></p>	<p>對我個人來說教學它是我的副業，因為我目前在做電影配樂，所以我主要在這，我會覺得教學是我覺得在我這階段或者想要在產業退休前是要把自己吸飽狀況，攝取不同經驗，甚至說國外的經驗，我有夢想但是我不知道隨著自己的成長這個夢想是不是就不是夢想，我非常想去好來屋看他們這個產業怎麼運行怎麼去設計，說實在在台灣慢慢看過但走一圈看完後也會發現這些老師也是在吸取國外的經驗，所以我也就想要去國外去吸取經驗，如果我在那邊有個經驗，等我想退休再把這東西交出來我覺得能夠在更多我的經驗，所以我沒有覺得我現在可以去給（D-1-4-3）。</p>
<p><b>二、行銷 4C</b></p> <p><b>①消費者需求和慾望</b></p> <p><b>1.學員學習數位音樂的主要動機為何?</b></p> <p>D：<u>我覺得他們就是想要把自己想像的東西做出來，包括就是要會錄，會想學這塊多少對音樂有認知，軟實力已經先跑，自己有先玩團自己有創作有這樣的</u></p>	<p>我覺得他們就是想要把自己想像的東西做出來，包括就是要會錄，會想學這塊多少對音樂有認知，軟實力已經先跑，自己有先玩團自己有創作有這樣的基礎想要把它留下來，想要出版、發行，有紀錄的方式就會想要把它保存下來去學這樣（D-2-1-1）。</p>

<p><u>基礎想要把它留下來，想要出版、發行，有紀錄的方式就會想要把它保存下來去學這樣。</u></p>	
<p><b>2.學員對教學師資是否有特殊要求?</b>  <u>D：沒有，其實在數位音樂這塊反而還好，如果會來找我是對我沒有質疑的，因為數位音樂目前是比较注重實作，所以學歷部分倒是還好。</u></p>	<p>沒有，其實在數位音樂這塊反而還好，如果會來找我是對我沒有質疑的，因為數位音樂目前是比较注重實作，所以學歷部分倒是還好（D-2-1-2）。</p>
<p><b>3.學員對課程教學執行成效有何要求?</b>  <u>D：如果他們有想法知道想學甚麼意就會有要求，像小朋友也會，如果現在是聖誕節小朋友就會說想要學聖誕歌，這是種良性的狀態學生清楚自己要甚麼。</u></p>	<p>如果他們有想法知道想學甚麼意就會有要求，像小朋友也會，如果現在是聖誕節小朋友就會說想要學聖誕歌，這是種良性的狀態學生清楚自己要甚麼（D-2-1-3）。</p>
<p><b>②消費者願意付出成本</b>  <b>1.學費的費用級距在多少價格之間最容易被接受?</b>  D：</p>	
<p><b>2.學員通常每週願意付出多少時間成本學習?</b>  <u>D：基本上我覺得是兩個小時，因為滿多時間勢必需要聽，我要聽他的作品他要聽我的東西，這是很耗時間的，所以一個半小時到兩個小時是需要的，過程中是需要多聽，可能我現再聽一個原聲帶或看個 you tube，這樣的時間容易把時間耗掉，他無法把時間省略，所以一個小時會是不夠用的。</u></p>	<p>基本上我覺得是兩個小時，因為滿多時間勢必需要聽，我要聽他的作品他要聽我的東西，這是很耗時間的，所以一個半小時到兩個小時是需要的，過程中是需要多聽，可能我現再聽一個原聲帶或看個 you tube，這樣的時間容易把時間耗掉，他無法把時間省略，所以一個小時會是不夠用的（D-2-2-2）。</p>

<p>3.平均每一學員的學習成效時間多久? 為什麼?</p> <p>D: <u>差不多半年內，其實這很有趣，來上課的人可能是為了考試因素所以會比較短期，這東西其實說實在就師父領進門嘛，他進來後學會就可以自己玩了。</u></p>	<p>差不多半年內，其實這很有趣，來上課的人可能是為了考試因素所以會比較短期，這東西其實說實在就師父領進門嘛，他進來後學會就可以自己玩了 (D-2-2-3)。</p>
<p><b>③購買商品便利性</b></p> <p>1.是否針對特定族群主動舉辦數位音樂教學的相關活動?並藉活動同時提共教學課程資訊?</p> <p>D: <u>我個人是沒有</u></p>	<p>我個人是沒有 (D-2-3-1)。</p>
<p>2.是否利用其他活動形式的配合，提共教學資訊的取得?</p> <p>D: <u>我個人是沒有</u></p>	<p>我個人是沒有 (D-2-3-2)。</p>
<p><b>④溝通</b></p> <p>1.數位音樂教學的推動過程中，是否遭遇執行上的困難?</p> <p>D: <u>設備，他是最常見的問題但是它不算很嚴重的問題，設備的問題很容易解決，只要他真的有願意的話幾本上是一台電腦一台 keyboard 就解決了，確實因為器材的問題你沒有 keyboard 你沒有電腦，但因為他不是很大的問題你真的要學的話他是必須有的，所以說他不是一個很大的問題但是一個很常見的問題，因為沒有的話就不太能進入一個領域，但如果你是個很厲害的吉他手你可以用吉他的技術去取代 keyboard 是可以的，尤其現在很多設備像我們用琴鍵打鼓也是可以用吉他打鼓</u></p>	<p>設備，他是最常見的問題但是它不算很嚴重的問題，設備的問題很容易解決，只要他真的有願意的話幾本上是一台電腦一台 keyboard 就解決了，確實因為器材的問題你沒有 keyboard 你沒有電腦，但因為他不是很大的問題你真的要學的話他是必須有的，所以說他不是一個很大的問題但是一個很常見的問題，因為沒有的話就不太能進入一個領域，但如果你是個很厲害的吉他手你可以用吉他的技術去取代 keyboard 是可以的，尤其現在很多設備像我們用琴鍵打鼓也是可以用吉他打鼓</p>

<p>域，但如果你是個很厲害的吉他手你可以用吉他的技術去取代 keyboard 是可以的，尤其現在很多設備像我們用琴鍵打鼓也是可以用吉他打鼓的，但就是你還是要有設備。</p>	<p>的，但就是你還是要有設備 (D-2-4-1)。</p>
<p><b>2.貴機構（教師個人）是否主動參與社區、地方性的展演活動?</b> D：<u>會阿，不過通常以我的狀況都是當樂手，通常都是很多主唱會給我一些機會，像在台北會有很多 Bar 或者是一些藝文空間，救世會去跟他們一起參與演出。</u></p>	<p>會阿，不過通常以我的狀況都是當樂手，通常都是很多主唱會給我一些機會，像在台北會有很多 Bar 或者是一些藝文空間，救世會去跟他們一起參與演出。(D-2-4-2)。</p>
<p><b>3.購買課程是否提供其他加值產品或服務?</b> D：</p>	
<p><b>三、未來發展與建議</b> <b>1.對台灣數位音樂教學市場的未來走向有何看法?</b> D：<u>如果是電影配樂人才的需求的話，我個人是覺得大電影的話也是差不多了，台灣現在大概五位老師在做大電影的電影配樂，配樂部分在之中是滿重的，台灣拍一部片的成本是很高的，然後大片子就是差不多那五位老師，因為知名度跟年紀的問題，他們這一輩差不多 40 歲就他們這幾位，30 己的沒有多少人，然後就大斷層</u></p>	<p>如果是電影配樂人才的需求的話，我個人是覺得大電影的話也是差不多了，台灣現在大概五位老師在做大電影的電影配樂，配樂部分在之中是滿重的，台灣拍一部片的成本是很高的，然後大片子就是差不多那五位老師，因為知名度跟年紀的問題，他們這一輩差不多 40 歲就他們這幾位，30 己的沒有多少人，然後就大斷層 (D-3-1-01)。</p> <p>也可以說是數位音樂教育剛開始所以沒有這麼多人才，再來就是看他們會抓甚麼方向進入數位音樂，大部分人是玩團，玩</p>

音樂教育剛開始所以沒有這麼多人，再來就是看他們會抓甚麼方向進入數位音樂，大部分人是玩團，玩團的話基本上我覺得以台灣的電影配樂市場它滿難存在電影配樂市場裡面，台灣電影配樂基本上還是這幾個人做，老師們會說電影配樂的需求很大，那是因為電影這在設備門檻降低，所有人都可以憑手機就可以拍出影片來，或者它可以憑一些設備就可以拍出短片微電影或甚麼之類的這樣，所以這些片子都需要配樂所以說是很需要人才，但是說真的主流的那些大片子還是這些老師來做，而且因為年紀的關係基本上不太可能會有機會交給年輕人做，因為這些導演非常在意人生經歷這件事情，他們會覺得你有豐富的人生經歷才能做出他們想要的東西，基本上他們覺得 30 幾歲對他們來講都是年輕人，更不用說是二十幾歲的，因為人生成就了一個作品的深度，或者他們在溝通上你不是那個年代的人你要怎麼用那個年代的語彙來跟這些導演溝通，會有很多這樣的問題，所以目前以大片子來講都還是這幾個人做，年輕人現在切入市場幾乎是以遊戲配樂切進來這個市場的，現在很多手機遊戲崛起，APP 啊，網路遊戲滿多

團的話基本上我覺得以台灣的電影配樂市場它滿難存在電影配樂市場裡面，台灣電影配樂基本上還是這幾個人做，老師們會說電影配樂的需求很大，那是因為電影這在設備門檻降低，所有人都可以憑手機就可以拍出影片來，或者它可以憑一些設備就可以拍出短片微電影或甚麼之類的這樣，所以這些片子都需要配樂所以說是很需要人才，但是說真的主流的那些大片子還是這些老師來做，而且因為年紀的關係基本上不太可能會有機會交給年輕人做，因為這些導演非常在意人生經歷這件事情，他們會覺得你有豐富的人生經歷才能做出他們想要的東西，基本上他們覺得 30 幾歲對他們來講都是年輕人，更不用說是二十幾歲的，因為人生成就了一個作品的深度，或者他們在溝通上你不是那個年代的人你要怎麼用那個年代的語彙來跟這些導演溝通，會有很多這樣的問題，所以目前以大片子來講都還是這幾個人做，年輕人現在切入市場幾乎是以遊戲配樂切進來這個市場的，所以大部分的年輕人現在近來是從遊戲配樂切進來然後再切到電視配樂偶像劇，要直接切入主流導演是非常困難的。(D-3-1-02)

我覺得對於數位音樂教育軟實力要先跑，不是一開始就要先買電腦，買麥克風

遊戲公司出這樣子的，其實因為他們比較吃的是你的風格有沒有做對，我今天要做一個跑步遊戲你有沒有讓我覺得在賽跑，或者是我今天要做一個格鬥遊戲你有沒有讓我覺得很熱血，就是風格的問題而已，但就音樂品質上來講其實沒有的，因為你是在手機撥放的啊，甚至這個音樂你做完你要用手機來聽看看是不是好聽的，因為跟你在監聽上聽起來是不一樣的東西，那是完全不同的感覺，所以大部分的年輕人現在近來是從遊戲配樂切進來然後再切到電視配樂偶像劇，要直接切入主流導演是非常困難的，但影片的配樂需求其實是愈來愈多，要拍一個片其實要花很多錢，一個導演幾乎是在賠錢做事情，所以機會是有我覺得資金是不夠的。我覺得對於數位音樂教育軟實力要先跑，有一次我遇到一個比較年長一點的老師，他問我老師怎麼教？是不是要你先買器材？但是我的老師它是教我抓影像的結構，確實不是一開始就要先買電腦，買麥克風買鍵盤買監聽喇叭買耳機，你通通都弄好了之後你可能會發現你無法駕馭這些事情，可是當你是從鍵盤或者是從音樂的世界著手的話你會發現其實你是需要這些東西，當你那些東西

買鍵盤買監聽喇叭買耳機，你通通都弄好了之後你可能會發現你無法駕馭這些事情，可是當你是從鍵盤或者是從音樂的世界著手的話你會發現其實你是需要這些東西，當你那些東西來的時候你用的上它，而不會出現它來的你不知道怎麼用它。(D-3-1-03)

<p><u>來的時候你用的上它，而不會出現它來的你不知道怎麼用它。</u></p>	
<p><b>2. 貴機構（教師個人）為未來的發展規劃?</b></p> <p>短期(2 年內)?</p> <p>中期(5 年內)?</p> <p>長期(5 年以上)?</p> <p>D： <u>短期內我會去迪士尼工作</u>，那時候很猶豫因為我現在剛好跟著電影圈在做，也許過幾年可能有我出來的機會這很難講，但我覺得就我年紀跟迪士尼這個機會…有一句話說也許二十年後你不會對你做錯的事趕到後悔，但是會對於你沒做的事感到後悔，可是我覺得我應該會後悔，雖然去那邊當樂手不是我現在的工作，我現在不是個月首的職業這樣，搞不好我現在在台灣做電影也是我一種收穫，但我覺得去那會碰到什麼樣的事也很難講，所以可能會後悔，也有人說明年可以在考，但我覺得我包袱會更多，我跟很多人討論但其實沒人能夠幫我做主，但也有朋友說因為如果是配樂師很鼓勵我會去，但今天是個樂手就可能要好好考慮，因為就是一天固定幾場的演出這樣，其他時間是自由的，也有人告訴我去那邊會碰到什麼東西也很難講，但這是很特殊的經驗，但也</p>	<p>短期內我會去迪士尼工作，中期我是希望可以存比前讓自己留學，說時對我們來說卡位是個重點，但是如果你從國外回來也是要卡位不是國外回來就會比較好，也是聽你的作品，所以我會覺得這是市場卡位我去國外回來不一定可以卡好位置，可能我留在這或去外面再回來也不一定不行，對我來說生命終沒有出國留學我會後悔所以我依定想讓自己出去，哪怕我沒拿到學位址出去依年也沒關係。長期就是工作，我很夢想能夠去像海好萊烏那樣的團隊可以去見識一下，台灣的電影去那邊的規模製作這樣。（D-3-2）</p>

會擔心這樣去回來是不是還是可以接軌，所以是這樣，

中期我是希望可以存比前讓自己留學，說時對我們來說卡位是個重點，但是如果你從國外回來也是要卡位不是國外回來就會比較好，也是聽你的作品，但有團隊雖然不一定作品比較好，但是可能比較會談生意但這就是他們的強項，也懂得抓機會就可能發展的比較好這就是他們的強項，因為要出現在市場不能太差又加上你有水準又會談生意就可能比其他人還更有機會，所以我會覺得這是市場卡位我去國外回來不一定可以卡好位置，可能我留在這或去外面再回來也不一定不行，對我來說生命終沒有出國留學我會後悔所以我  
依定想讓自己出去，哪怕我沒拿到學位  
址出去依年也沒關係。

長期就是工作，我很夢想能夠去像海好萊烏那樣的團隊可以去見識一下，台灣  
的電影去那邊的規模製作這樣。

訪談對象編號：E

訪談時間：103.03.24 中午 14:00-15:00

訪談地點：嘉義市東區古亭國小

訪談方式：開放式錄音訪談

經歷：國中音樂班→高中普通班級→大學音樂相關

進入數位音樂：6年

教學：3年

學生數量：除了大班課外，個人學生：2人

## 一、行銷 4P

### ①產品

#### 1.數位音樂教學本身的主要特色為何?

E：特色就是發現電腦讓人變得很懶惰，要說數位音樂就要一定要先說類比，類比跟數位差別在於進入數位音樂可以在家做，變成你可以不用花很多錢買器材，不用用非常多類比東西，像以前李時你還要剪盤帶過盤帶甚麼的，數位的話就變成全部都濃縮，數位化軟體，軟體幫助很多其實相對的也造成一些滿有趣的問題，就像你都沒有類比概念完全都用數位會變成你只會大概知道這東西在幹甚麼，很多類比轉數位你不知道原本運作原理是甚麼，會只知道軟體這選擇要這樣轉，會有類似問題但我覺得還是要比較深的類比概念，會變得有點像無法靈活運用。

古典音樂的理論可以幫助數位音樂的

特色就是發現電腦讓人變得很懶惰，要說數位音樂就要一定要先說類比，類比跟數位差別在於進入數位音樂可以在家做，變成你可以不用花很多錢買器材，不用用非常多類比東西，像以前李時你還要剪盤帶過盤帶甚麼的，數位的話就變成全部都濃縮，數位化軟體，軟體幫助很多其實相對的也造成一些滿有趣的問題，就像你都沒有類比概念完全都用數位會變成你只會大概知道這東西在幹甚麼，很多類比轉數位你不知道原本運作原理是甚麼，會只知道軟體這選擇要這樣轉，會有類似問題但我覺得還是要比較深的類比概念，會變得有點像無法靈活運用。

古典音樂的理論可以幫助數位音樂的學習，你在錄音時懂得讀譜懂得那是甚麼東西，總比你甚麼都不懂來的有好處 (E-1-1-1)。

<p><u>學習，你在錄音時懂得讀譜懂得那是甚麼東西，總比你甚麼都不懂來的有好處。</u></p>	
<p><b>2.數位音樂教學的課程等級如何區分?</b>  E：<u>上數位音樂我最早從基本的音樂舞大元素慢慢帶，還有樂裡概念也會拿來做區分的標準，因為當你在做數位音樂妳沒有甚麼樂裡概念…有好有壞，好處是你知道怎麼去運用這些東西你知道和弦是甚麼，壞處是反而是你和弦概念太好反而被制約住，我接觸到一些學生很有趣，我遇過一些學生他不太有和弦概念但是它會有不太合常理的天馬行空的想法，不太合常理的和弦進行方式，但是聽起來就滿有一回事的，所以我覺得有好有壞但也沒有所謂的對或錯，尤其是科班出來的很容易發生這樣的問題。基本上我是用軟體教他們，我也想要有一些實體器材教他們，但是要弄一整個類比的東西經費是要很多很可怕，項錄音式隔音不說器材來講就很可怕，軟體我是用 Logic，編曲用這還滿不錯，錄音我就用別的了。</u></p>	<p>上數位音樂我最早從基本的音樂舞大元素慢慢帶，還有樂裡概念也會拿來做區分的標準，因為當你在做數位音樂妳沒有甚麼樂裡概念…</p> <p>有好有壞，好處是你知道怎麼去運用這些東西你知道和弦是甚麼，壞處是反而是你和弦概念太好反而被制約住，我接觸到一些學生很有趣，我遇過一些學生他不太有和弦概念但是它會有不太合常理的天馬行空的想法，不太合常理的和弦進行方式，但是聽起來就滿有一回事的，所以我覺得有好有壞但也沒有所謂的對或錯，尤其是科班出來的很容易發生這樣的問題 (E-1-1-2)。</p>
<p><b>3.數位音樂教學的教材如何選擇?</b>  E：<u>我的課程有教材，但我都是用擷取的，網路的影片，很多時候以學習的角度自學比別人灌輸你還好，我給學生的東西就是給他一個概念或者題目，我希望她上網路找</u></p>	<p>我的課程有教材，但我都是用擷取的，網路的影片，很多時候以學習的角度自學比別人灌輸你還好，我給學生的東西就是給他一個概念或者題目，我希望她上網路找</p>

<p>東西就是給他一個概念或者題目，我希望她上網路找資料給我不是我把東西整理好給他。</p>	<p>資料給我不是我把東西整理好給他 (E-1-1-3)。</p>
<p><b>4.對提升數位音樂教學品質有何建議？</b></p> <p>E：<u>學校的話我希望預算能多些，以我學校以前當例子就是可能剛創辦設備器材不夠好，像錄音室隔音就不太好讓錄音起來不太順利，所以經費不夠錄音室品質無法提升或者器材數量，雖然沒有錢有沒錢的作法，向學生會比較有創意，我們當時雖然器材比較沒有那麼的棒，但我們用有限的東西做無限的創意做出更多火花的作品，反而現在學生在有了良好設備就問要怎麼用一天到晚收集好的東西追求器材，我覺得這並不會是個好事，當然學校設備還是要足夠，對個人的話就是像我希望如果預算夠，你想學編曲就可以買台蘋果電腦，使用 Logic，我們可以從 Loop 慢慢做些簡單的拼貼，其實最快，因為其實 Logic 就是出了之後影像業界生態滿多的這套軟體，蘋果他因為貴，硬體還好但是軟體很棒。</u></p>	<p>學校的話我希望預算能多些，以我學校以前當例子就是可能剛創辦設備器材不夠好，像錄音室隔音就不太好讓錄音起來不太順利，所以經費不夠錄音室品質無法提升或者器材數量，雖然沒有錢有沒錢的作法，向學生會比較有創意，我們當時雖然器材比較沒有那麼的棒，但我們用有限的東西做無限的創意做出更多火花的作品，反而現在學生在有了良好設備就問要怎麼用一天到晚收集好的東西追求器材，我覺得這並不會是個好事，當然學校設備還是要足夠，對個人的話就是像我希望如果預算夠，你想學編曲就可以買台蘋果電腦，使用 Logic，我們可以從 Loop 慢慢做些簡單的拼貼，其實最快，因為其實 Logic 就是出了之後影像業界生態滿多的這套軟體，蘋果他因為貴，硬體還好但是軟體很棒。(E-1-1-4)</p>
<p><b>②管道</b></p> <p><b>1.目前貴機構（教師個人）的學生主要來源管道？</b></p> <p>E：<u>朋友介紹或者是我學校大班課學生</u></p>	<p>朋友介紹或者是我學校大班課學生有興趣繼續找我來學 (E-1-2-1)。</p>

<p><u>有興趣繼續找我來學。</u></p>	
<p>2.學生主要年齡層、職業別分布現況? E: <u>目前都是學生。</u></p>	<p>目前都是學生 (E-1-2-2)。</p>
<p>3.是否運用公部門提供的協助管道或補助? E: <u>以前我們一群人申請一個對樂團的補助讓你可以錄專輯之類的,但詳情我記不太起來了,也是對於創作但教學還沒有。</u></p>	<p>以前我們一群人申請一個對樂團的補助讓你可以錄專輯之類的,但詳情我記不太起來了,也是對於創作但教學還沒有 (E-1-2-3)。</p>
<p>4.目前運用何種廣告形式增加知名度,及擴充學生人數? E: <u>目前沒有,因為教學這塊是副業,不管是數位音樂或者是其他的如爵士鼓,越教越生氣,學生要學不學花父母那麼多錢卻又不好好學很糟,然後我之前也有在大學兼課在數位音樂的教學。</u></p>	<p>目前沒有,因為教學這塊是副業,不管是數位音樂或者是其他的如爵士鼓,越教越生氣,學生要學不學花父母那麼多錢卻又不好好學很糟,然後我之前也有在大學兼課在數位音樂的教學 (E-1-2-4)。</p>
<p>③價格 1.目前學費收費標準如何訂定? E: <u>大個一小時到一個多小時800左右。但我也有聽過50分鐘一千五或兩千,也是看老師自己訂的價錢這沒有公定價都看老師自己,我大概是上一個多小時這樣。</u></p>	<p>大個一小時到一個多小時800左右。但我也有聽過50分鐘一千五或兩千,也是看老師自己訂的價錢這沒有公定價都看老師自己,我大概是上一個多小時這樣 (E-1-3-1)。</p>
<p>2.如果進行學費價格調整,其主要考量因素又是甚麼? E: <u>調整學費這點因為它不是我的主業</u></p>	<p>調整學費這點因為它不是我的主業所以我覺得有了就好,也因為跟學生都熟,所以我覺得如果要那麼高的話或許你去找</p>

<p>所以我覺得有了就好，也因為跟學生都熟，所以我覺得如果要那麼高的話或許你去找其他大師級的會比較好。</p>	<p>其他大師級的會比較好（E-1-3-2）。</p>
<p>3.學習教材的收費標準為何? E：沒有</p>	
<p>4.是否採集體議價的收費模式? E：其實我不喜歡團體上課這種東西，因為學生的素質有些是依有些是兩百所以很難兼顧課程品質，所以很痛苦。</p>	<p>其實我不喜歡團體上課這種東西，因為學生的素質有些是依有些是兩百所以很難兼顧課程品質，所以很痛苦（E-1-3-4）。</p>
<p>④促銷 1.貴機構（教師個人）是否固定舉辦成果發表會等相關活動?其成效如何? E：沒有</p>	
<p>2.貴機構（教師個人）是否與學校、社團建立合作關係? E：沒有，我會跟學校有合作關係也是別人介紹</p>	
<p>3.貴機構（教師個人）在招生策略上有什么特別規劃? E：我個人的話也還好，隨緣自然就好，因為教學當主業很可怕，會很辛苦。</p>	<p>我個人的話也還好，隨緣自然就好，因為教學當主業很可怕，會很辛苦（E-1-4-3）。</p>
<p>二、行銷 4C ①消費者需求和慾望 1.學員學習數位音樂的主要動機為何? E：主要動機就是他們可能看到一個東西覺得很酷，聽到一些監聽線上編曲，可能有些曲子裡面有一些是 MIDI 有些</p>	<p>主要動機就是他們可能看到一個東西覺得很酷，聽到一些監聽線上編曲，可能有些曲子裡面有一些是 MIDI 有些是真的，或者全都是 MIDI 做的，或者就是那種全 MIDI 管絃樂，或者是半 MIDI 半真的，就一半用 MIDI 做一半錄真的，現在可能很</p>

<p>是真的，或者全都是 MIDI 做的，或者就是那種全 MIDI 管絃樂，或者是半 MIDI 半真的，就一半用 MIDI 做一半錄真的，現在可能很多全都是靠 MIDI 做，因為成本可以降很多尤其在 MIDI 出來後。</p>	<p>多全都是靠 MIDI 做，因為成本可以降很多尤其在 MIDI 出來後（E-2-1-1）。</p>
<p><b>2.學員對教學師資是否有特殊要求?</b> E：<u>通常都是我提出比較高要求的東西，可能限制他甚麼時候就要交出我要的東西，因為現在很多學生自發性學習很低，像我一直以來接觸這一塊（數位音樂）除了錄音相關的東西是我需要藉由系上的課由老師來教導我，但編曲這些我全都是自己來，我的老師是 YOU TUBE，因為上面什麼東西都有雖然不管對或錯，當然有老師有好處就是你不懂就有人教，但是這種東西自學比找老師學還快，但其實 YOU TUBE 有影片你只要英文不要太爛，因為功能鍵的字也都長一樣稍微找一下就知道了。</u></p>	<p>通常都是我提出比較高要求的東西，可能限制他甚麼時候就要交出我要的東西，因為現在很多學生自發性學習很低，像我一直以來接觸這一塊（數位音樂）除了錄音相關的東西是我需要藉由系上的課由老師來教導我，但編曲這些我全都是自己來，我的老師是 YOU TUBE，因為上面什麼東西都有雖然不管對或錯，當然有老師有好處就是你不懂就有人教，但是這種東西自學比找老師學還快，但其實 YOU TUBE 有影片你只要英文不要太爛，因為功能鍵的字也都長一樣稍微找一下就知道了（E-2-1-2）。</p>
<p><b>3.學員對課程教學執行成效有何要求?</b> E：</p>	
<p><b>②消費者願意付出成本</b> <b>1.學費的費用級距在多少價格之間最容易被接受?</b> E：沒有特別耶，因為學生都接受所以</p>	<p>沒有特別耶，因為學生都接受所以他們也不會調，因為是半玩樂性質，有興趣的學生來找我很開心，因為會感覺遇到以前的自己，所以就是大家玩一玩做東西這樣，</p>

<p>他們也不會調，因為是半玩樂性質，有興趣的學生來找我很開心，因為會感覺遇到以前的自己，所以就是大家玩一玩做東西這樣，所以都覺得還好，因為也不能一直塞東西給他這樣也吸收不了，這是實作的課程它也要會。</p>	<p>所以都覺得還好，因為也不能一直塞東西給他這樣也吸收不了，這是實作的課程它也要會 (E-2-2-1)。</p>
<p><b>2.學員通常每週願意付出多少時間成本學習?</b> E: <u>平均算下來一個禮拜一個多小時這樣，見仁見智。</u></p>	<p>平均算下來一個禮拜一個多小時這樣，見仁見智 (E-2-2-2)。</p>
<p><b>3.平均每一學員的學習成效時間多久? 為什麼?</b> E: <u>我遇過的學生很少從0開始，都自己有點底子玩過摸過，但來我都會讓他從0開始，因為我要了解它的基礎，知道他會多少東西，所以剛來幾堂課是碰不到電腦我會讓他聽東西，建立一些觀念，像數位音樂錄音也好工程這些東西是很重要一點是需要理論是甚麼，很多是知道師傅等級收學徒的，它可能告訴你這個鈕推到這裡很好聽，可是他不知道為什麼，結果當學徒變成師傅教人也是這樣說推到這很好聽，結果反而很多年後越推越低但還是不知道為什麼，所以還是會讓他從理論學習，但也不是全部理論為主，因為我發現以前我也花太多時間在理論上所以實作經驗部分很</u></p>	<p>我遇過的學生很少從0開始，都自己有點底子玩過摸過，但來我都會讓他從0開始，因為我要了解它的基礎，知道他會多少東西，所以剛來幾堂課是碰不到電腦我會讓他聽東西，建立一些觀念，像數位音樂錄音也好工程這些東西是很重要一點是需要理論是甚麼，很多是知道師傅等級收學徒的，它可能告訴你這個鈕推到這裡很好聽，可是他不知道為什麼，結果當學徒變成師傅教人也是這樣說推到這很好聽，結果反而很多年後越推越低但還是不知道為什麼，所以還是會讓他從理論學習 (E-2-2-3-01)。</p> <p>但也不是全部理論為主，因為我發現以前我也花太多時間在理論上所以實作經驗部分很少，變成我之後要花非常多時間在實作上創造經驗，老師上課說實在理論就</p>

<p><u>少，變成我之後要花非常多時間在實作上創造經驗，老師上課說實在理論就可以磨很久，因為有些人的基礎是0有些人是1有些人是200所以很困難。</u></p>	<p>可以磨很久，因為有些人的基礎是0有些人是1有些人是200所以很困難（E-2-2-3-02）。</p>
<p><b>③購買商品便利性</b></p> <p>1. 是否針對特定族群主動舉辦數位音樂教學的相關活動?並藉活動同時提共教學課程資訊?</p> <p>E：<u>老實說我也沒有很著重在數位音樂這塊發光發熱，如果是要等我有經費後出國後再回來，因為我表演方面比較多，編曲或學生就是有舊街沒有就算了，當然有最好。</u></p>	<p>老實說我也沒有很著重在數位音樂這塊發光發熱，如果是要等我有經費後出國後再回來，因為我表演方面比較多，編曲或學生就是有舊街沒有就算了，當然有最好（E-2-3-1）。</p>
<p>2.是否利用其他活動形式的配合，提共教學資訊的取得?</p> <p>E：<u>通常我不會去推我自己，但除非我表演完有人在問我才會提供我的教學資訊。</u></p>	<p>通常我不會去推我自己，但除非我表演完有人在問我才會提供我的教學資訊（E-2-3-2）。</p>
<p><b>④溝通</b></p> <p>1.數位音樂教學的推動過程中，是否遭遇執行上的困難?</p> <p>E：<u>學生學習上的困難，理解度不同，學生素質1，100，0這樣，所以授課上會比較困難，他們吸收上也會比較困難。</u></p>	<p>學生學習上的困難，理解度不同，學生素質1，100，0這樣，所以授課上會比較困難，他們吸收上也會比較困難（E-2-4-1）。</p>
<p>2.貴機構（教師個人）是否主動參與社區、地方性的展演活動?</p>	

E：會有接表演	
<p>3.購買課程是否提供其他加值產品或服務？</p> <p>E：因為我有認識的廠商所以就是可以幫學生跟學生要些折扣，因為不是大家都很有辦法在學習經費上非常充足，所以能幫助學生我就會幫它。</p>	<p>因為我有認識的廠商所以就是可以幫學生跟學生要些折扣，因為不是大家都很有辦法在學習經費上非常充足，所以能幫助學生我就會幫它（E-2-4-3）。</p>
<p>三、未來發展與建議</p> <p>1.對台灣數位音樂教學市場的未來走向有何看法？</p> <p>E：現在就是越來越數位，除非就是你的經費真的很夠可以全部錄盤帶，錄完盤帶進 Pro tools 但是現在台灣也沒有錄音室敢這樣，因為要花非常多的錢去顧品質，基本上就進入全數位狀態，你在家裡宅錄在家自己做編曲你都可以用電腦用一個 midi keyboard 甚至不用 IO 可以做到滿好等級的東西，所以我覺得就以教學角度來講的話，其實很多時候大家不能太注重於器材有多好，我的耳機多好聽喇叭多好，而是在我剛說的理論東西越裡概念創意或者你腦袋裡塞了些甚麼，你每天都在聽一樣的東西那你就沒辦法做出跨領域東西，因為被侷限住了，很多時候教學生不是指示交技術就好，因為技術的東西網路上找就好了，我帶學生是要讓他們聽東西去</p>	<p>現在就是越來越數位，除非就是你的經費真的很夠可以全部錄盤帶，錄完盤帶進 Pro tools 但是現在台灣也沒有錄音室敢這樣，因為要花非常多的錢去顧品質，基本上就進入全數位狀態，你在家裡宅錄在家自己做編曲你都可以用電腦用一個 midi keyboard 甚至不用 IO 可以做到滿好等級的東西，所以我覺得就以教學角度來講的話，其實很多時候大家不能太注重於器材有多好，我的耳機多好聽喇叭多好，而是在我剛說的理論東西越裡概念創意或者你腦袋裡塞了些甚麼，你每天都在聽一樣的東西那你就沒辦法做出跨領域東西，因為被侷限住了，很多時候教學生不是指示交技術就好，因為技術的東西網路上找就好了，我帶學生是要讓他們聽東西去聽各種類型的東西充實自己本身音樂的能力。（E-3-1-01）。</p> <p>就像拿編曲來說好了，像現在也是那些比較有名氣資深的老師在數位音樂的市場</p>

<p><u>聽各種類型的東西充實自己本身音樂的能力。</u></p> <p><u>就像拿編曲來說好了，像現在也是那些比較有名氣資深的老師在數位音樂的市場上較多機會，年輕人反而比較沒機會，就像一個品牌經營久了有它的名氣跟實力，所以他們的機會比較多，所以我們要想些辦法做一些那些老師沒有在做的，除非你的價錢更低品質又好，所以基本上數位音樂這個市場也是飽和了。</u></p>	<p>上較多機會，年輕人反而比較沒機會，就像一個品牌經營久了有它的名氣跟實力，所以他們的機會比較多，所以我們要想些辦法做一些那些老師沒有在做的，除非你的價錢更低品質又好，所以基本上數位音樂這個市場也是飽和了（E-3-1-02）。</p>
<p><b>2. 貴機構（教師個人）為未來的發展規劃?</b></p> <p>短期(2 年內)?</p> <p>中期(5 年內)?</p> <p>長期(5 年以上)?</p> <p>E：<u>短期內我想要往大陸發展，因為一方面市場比較大，我想發展電音的東西現場的 PARTY 表演，我打電子鼓這樣，下個月要去大陸表演所以我想去走走看看，中期我希望我能夠有些夠多的經費去實現我的期望跟理想，因為我也才剛退伍半年，我希望有個自己的工作</u></p> <p><u>室，因為與其靠別人不如靠自己，想做的事情並不只是想做編曲，我想要建立一個品牌，不是只覺線我只做音樂，當</u></p>	<p>短期內我想要往大陸發展，因為一方面市場比較大，我想發展電音的東西現場的 PARTY 表演，我打電子鼓這樣，下個月要去大陸表演所以我想去走走看看，中期我希望我能夠有些夠多的經費去實現我的期望跟理想，因為我也才剛退伍半年，我希望有個自己的工作室，因為與其靠別人不如靠自己，想做的事情並不只是想做編曲，我想要建立一個品牌，不是只覺線我只做音樂，當然不是潮牌，我想建立的品牌是有音樂相關不管活動之類的，我喜歡的東西都可以，長期就是把品牌做起來好好經營它（E-3-2）。</p>

然不是潮牌，我想建立的品牌是有音樂  
相關不管活動之類的，我喜歡的東西都  
可以，長期就是把品牌做起來好好經營  
它。

