

106-108 年
重點產業人才供需調查及推估結果
摘錄

流行音樂產業

辦理機關：文化部影視及流行音樂產業局

一、產業調查範疇

依行政院主計總處 105 年第 10 次修訂「行業標準分類」，流行音樂產業屬行業標準分類中的「聲音錄製及音樂發行業」(5920)、「其他資訊服務業」(6390)、「藝人及模特兒等經紀業」(7603)、「其他機械設備租賃業」(7719)、「藝術教育業」(8592)、「創作及藝術表演輔助業」(9030)。本次調查範疇包括流行音樂有聲出版業、著作權經紀與集管團體、數位音樂業、藝人或演出經紀業、流行音樂相關燈光音響業、流行音樂人才培育、音樂展演業等 7 項，分述如下：

- (一) 流行音樂有聲出版業：屬「聲音錄製及音樂發行業」(5920)，定義為從事聲音錄製及音樂發行之行業，如原創有聲母帶(片)之製作、擁有版權並向批發商、零售商或直接對大眾發行有聲產品。
- (二) 著作權經紀與集管團體：屬「聲音錄製及音樂發行業」(5920)。
- (三) 數位音樂業：屬「其他資訊服務業」(6390)，定義為從事入口網站經營、資料處理、主機及網站代管以外資訊服務之行業；經營數位音樂平台，提供消費者下載或線上收聽等服務之公司均屬之，包括實質經營數位音樂之網路業者、電信業者及手機服務者、數位電視營運商者為主要調查範圍。
- (四) 藝人或演出經紀業：屬「藝人及模特兒等經紀業」(7603)，定義為從事代理歌手、演員、藝術家、作家、運動員、模特兒等簽訂合約或規劃事業發展等經紀服務之行業；代理流行音樂歌手、模特兒簽訂合約、培訓養成、規劃事業發展的經紀服務，或具流行性質之音樂表演活動籌辦、監製與經紀之業者均屬之。
- (五) 流行音樂相關燈光音響業：分屬「其他機械設備租賃業」(7719)，定義為從事營造用機械設備租賃業、農業及其他工業用機械設備租賃業、辦公用機械設備租賃業以外機械設備租賃之行業，以及「創作及藝術表演輔助業」(9030)，定義從事藝文作品展覽活動籌辦，音樂廳、戲劇院、流行音樂展演空間等藝術表演場所經營，及藝術表演活動籌辦、舞台設計、燈光及服裝指導、藝術表演監製等輔助服務之行業；從事流行音樂相關活動之舞台架設、燈光設備租賃、系統設計、規劃架設、音響設備租賃、系統設計、規劃架設或提供流行音樂相關編曲、混音、錄音、配音、剪接等專業錄音服務業者均屬之，包含燈光音響公司與專業錄音室。

(六) 流行音樂人才培育：屬「藝術教育業」(8592)，定義為從事提供美術、戲劇、音樂、舞蹈、攝影、手工藝等藝術教育服務之行業。

(七) 音樂展演業：屬「創作及藝術表演輔助業」(9030)，包含國內各類型之流行音樂展演場所、流行音樂展演活動承辦單位、流行音樂展演經紀公司與售票系統之業者均屬之。

二、產業發展趨勢

103年臺灣流行音樂產業總產值約為新臺幣141.76億元，較102年增加9.68億元，成長7.33%。根據調查，大多數的受訪業者預測未來三年業務之發展趨勢為「持平」狀態（占44.57%）。

(一) 流行音樂有聲出版業：業界多採實體與數位並行方式發行音樂作品，且目前國內數位音樂營收已超越實體音樂營收；業者經營項目更加多元，包括數位音樂授權、展演活動及演藝經紀等，皆為主要營收動能。

(二) 數位音樂產業：國內數位音樂產值逐年成長，串流媒體為主要推手，約占整體數位音樂產業產值6成，數位音樂平台業者持續看好市場未來發展；演唱會線上直播已經成為新興數位化應用模式，惟目前多透過廣告、小額募資等方式提供免費直播，如何提高數位平台之附加價值，吸引付費使用者，並建立市場消費意識及習慣，則有待觀察。

(三) 流行音樂展演產業：無售票展演活動數量及海外營收比例均較過往增加；業者主要透過實體廣告、廣播和平面廣告進行宣傳，惟得益於新媒體和社交網站，企宣費用有所下降。

(四) 流行音樂著作權管理業：因我國數位音樂業者蓬勃發展，權利利用人類型主要以數位音樂串流平台為主，其中「重製」與「公開傳輸」為流行音樂著作權管理業者收入較多的項目。

三、人才量化供需推估

以下提供流行音樂產業105-107年人才新增需求推估結果，惟推估結果僅提供未來勞動市場供需之可能趨勢，並非決定性數據，爰於引用數據做為政策規劃參考時，應審慎使用；詳細的推估假設與方法，請參閱報告書。

受新興科技與市場快速變化，整體流行音樂產業與人力結構均受巨大影響。雖多數受訪業者認為未來產業發展呈「持平」趨勢，惟仍預期人力需求將增加。

依據調查，業者預估 105 年人力需求成長幅度可達 14.87%，而 106、107 年之成長率則減少為 9.02%與 8.38%；而依據推估結果，105-107 年流行音樂產業平均每年新增需求 318~590 人。

另本調查針對 104 年流行音樂產業人力之供給面與需求面人數進行推估，得出供給總量約為 375 人、需求總量則為 333 人，雖單就「總量」而言，兩者似無明顯落差，惟在數據解讀上，應搭合質性研究結果，尤其流行音樂部分業別或職務，因人力之專業與業界需求尚有落差，仍有人才斷層之情形。

單位：人

景氣情勢	105 年		106 年		107 年	
	新增需求	新增供給	新增需求	新增供給	新增需求	新增供給
樂觀	737	--	514	--	520	--
持平	567		395		400	
保守	397		277		280	

註：(1)持平=依據人均產值計算；樂觀=持平推估人數*1.3；保守=持平推估人數*0.7。

(2)「供給數量」係參照教育部高教司各年度規劃釋出各大專校院音樂教育相關系所之員額估算，惟因 105-107 各年度教育部所釋出之員額數據尚未公開，爰未辦理 105-107 年供給面推估，並以「--」表示。

資料來源：文化部影視局(2016)。「104 年度流行音樂產業人才供需調查」。

四、欠缺職務之人才質性需求調查

以下摘述流行音樂產業人才質性需求調查結果，詳細之各職類人才需求條件彙總如下表：

(一) 流行音樂產業所欠缺之人才類型包括：音樂製作人員、企宣行銷人員、經紀人員、演唱會製作人員、著作權人員、通路業務人員、資訊 IT 人員、人才培育人員等 8 項職類人才。

(二) 在學歷要求方面，除音樂製作人員、通路業務人員、人才培育人員等 3 項職類學歷要求為高中以下外，企宣行銷人員、經紀人員、演唱會製作人員、著作權人員、資訊 IT 人員等 5 項職類均需大專學歷，惟從質化訪談結果，多數業者多認為工作態度、經驗、對音樂熱情較學歷條件更重要；在科系背景方面，除著作權人員具專業法律學歷(著作權相關)，以及資訊 IT 人員具資訊相關背景外，其餘 6 項職類均不限科系。

(三) 在工作年資要求方面，除演唱會製作人員、通路業務人員、資訊 IT 人員等 3 項職類不要求工作經驗外，其餘 5 項職類均需有一定的工作經驗，其中著作權人員需 2 年以下較短的工作經驗，其餘 4 項職類需有 2-5 年工作經驗。

(四) 在人才招募上，以「親友介紹」為主要管道(60.2%)，其次為「民間人氣銀行」

(44.2%)，且有 75.9%之受訪業者認為所招人才符合用人需求，而不符合需求的主因乃「專業度不足」(62.2%)，其次為「就業力不足」(57.8%)；至於人才招募難易度上，38.5%之受訪業者表示人才招募有困難，其中又以「專業技術能力不符」為主因，占 69.4%；人才招募困難的職類包含音樂製作人、企宣行銷人員、經紀人員、演唱會製作人員，僅資訊 IT 人員因國內有諸多相關系所且質量穩定，故較易招募人才，其餘 3 項職類則屬普通；另各職類之海外攬才需求少。

(五) 調查結果顯示，由於現場演出市場熱絡，及數位音樂串流平台興起，除燈光音響與數位音樂業外，業者之公司編組多採微型化經營，而將歌詞曲創作、編曲等部分業務委外以減低營運壓力，尤其有聲出版業者因受到實體唱片市場營收逐年下滑的影響，企業人力規模趨於精簡，或將版權、藝人經紀等納為公司部門，是故具備多項或跨領域職能之中高階人才成為產業主要所需人才。

所欠缺之人才職類	人才需求條件				招募難易	海外攬才需求	職能基準級別
	工作內容簡述	基本學歷/學類(代碼)	能力需求	工作年資			
音樂製作人員	從事流行音樂製作與規劃，工作內容包括唱片製作、統籌、詞曲創作、錄音、編曲等。	高中以下/不限	1. 敏銳的聽力與辨音能力 2. 熟悉各類音樂風格與節奏	2-5 年	難	少	--
企宣行銷人員	該職務負責商品推廣之業務，從事流行音樂產品之行銷、廣告、宣傳、包裝等業務，亦包括從事數位行銷的新媒體工作。	大專/不限	1. 基礎市場分析 2. 活動策劃 3. 基礎樂理知識 4. 社群行銷 5. 數位行銷 6. 專案管理 7. 團隊管理	2-5 年	難	少	--
經紀人員	1. 演出經紀人：負責演出活動之洽詢、宣傳與表演場地等演出相關項目的代理業務人員。 2. 藝人經紀人：負責安排藝人整體演藝事業規劃，及商演活動、廣告，並打理簽約藝人工作及生活事宜之人員。	大專/不限	1. 了解海外市場（如大陸、日本、韓國等）表演工作規定 2. 了解市場需求與趨勢	2-5 年	難	少	<u>4</u>
演唱會製作人員	負責演唱活動節目設計、燈光、舞台、音響等相關內容協調、規劃、行政等事項督導、製作或執行之人員。	大專/不限	1. 了解不同演出市場對藝人與內容之需求 2. 節目整體企劃 3. 舞臺、音響、燈光、視覺之專業知識 4. 熟悉各類音樂風格與節奏 5. 敏銳的聽力與辨音能	不限	難	少	<u>4</u>

所欠缺之人才職類	人才需求條件				招募難易	海外攬才需求	職能基準級別
	工作內容簡述	基本學歷/學類(代碼)	能力需求	工作年資			
著作權人員	1. 著作權授權人員：負責包括音樂著作權重製、公開演出、播送、傳輸授權業務。 2. 經紀人員：負責簽訂契約、代收、代管或侵權處理業務等 3. 使用報酬分配人員：針對音樂創作使用人進行授權，並負責分配報酬予創作者。	大專/ 專業法律(著作權相關)(3802)	力 1. 熟悉版權授權、分配內容與流程 2. 新媒體數位授權知識 3. 英語閱讀與口說能力	2年以下	普通	少	--
通路業務人員	負責業務開發、銷售或票務之人員。	高中以下/ 不限	1. 熟悉行政流程 2. 熟悉流行音樂市場 3. 客戶開發能力	不限	普通	少	--
資訊IT人員	負責系統或數位平台架設前後端業務	大專/ 資訊管理(技術)學系(480109) 資訊工程學系(520114)	1. 具備數位版權概念 2. 維護和研發網路平台能力 3. 程式語言撰寫能力	不限	易	少	--
人才培育人員	教材編撰、授課教學、輔導等工作。	高中以下/ 不限	1. 音樂相關專長(演奏、歌唱、表演、製作、詞曲創作等) 2. 產業實務經驗	2-5年	普通	少	--

註：(1)上表代碼依據教育部「學科標準分類」填列。

(2)本表基本學歷分為高中以下、大專、碩士以上；工作年資分為無經驗、2年以下、2-5年、5年以上。

(3)職能基準級別依據勞動部勞動力發展署 iCAP 平台，填寫已完成職能基準訂定之職類基準級別，俾了解人才能力需求層級。「--」表示其職類尚未訂定職能基準或已訂定職能基準但尚未研析其級別。

資料來源：文化部影視局。

五、調查結果政策意涵

以下為業管機關就其調查結果，所綜整出的人才問題及其相關因應對策。

人才議題	因應對策
專業人才不足及人力斷層	深化產業與學界跨界交流，如開辦暑期營隊、講座、工作坊等，使學生更深入了解流行音樂幕前、幕後之產製過程，以利熟悉產業生態，為日後就業提早準備；另透過資源挹注或媒合方式，提供產業新人發展舞台及與國際接軌之機會，同時企業透過媒合平台，亦可減少覓才所需成本。
勞動法令不利於產業經營，增加經營與人力運用難度。	應考量產業特殊性，評估將流行音樂從業人員納入《勞動基準法》第 84 條之 1 範圍，使部分工作性質特殊者，與雇主有合理協商工作之彈性，以改善產業經營及人力調配之困難。
燈光音響業及非學術人才培育機構，人才招募較為困難，業界基礎技術人才不足。	推動偏重「技術」之產業學校（如透過引入國外專門師資，定期開關課程），並透過產、官、學合作向下扎根，與技職教育體系進行結合，其中包含業界提供專業諮詢及協助學校解決器材設備問題，由官方協助建立人才認證制度，學界落實技術人才培育工作。
業界缺乏與學校合作之誘因，產學合作比例偏低。	透過資格審核確認合適人力之實習機會或給予新進人員薪資補貼，增進業者產學合作與聘用人力之意願，以利學生學習業界相關專業職能。
學術機構受教育法規限制，經營流行音樂相關系所難度較高。	應考量流行音樂系所之特殊性，針對困難之處訂定配套辦法或放寬限制，包括： 1. 課程時數：流行音樂領域專業課程較多，目前學制之通識課程似已壓縮專業核心課程之課程時數。 2. 師資薪酬：系所師資多為業界具實務經驗人士，惟囿於兼任教師鐘點費之規定，其工作報酬與業界差異大，降低專業師資授課意願。

資料來源：文化部影視局。