

推動重點服務業 流行音樂產業發展行動計畫



行政院新聞局

99年5月24日

流行音樂產業鏈

錄音著作
(出版品)

演唱者—唱片公司—
音樂製作—載體製造
—發行—零售—消費者

著作權利

詞曲創作者—音樂出版商—
公播公演權利及重製使用權利者
—各種載體演出發行—閱聽眾

現場演出

藝人—經紀人—經紀公司—
展演場地—觀眾

產業發展概況



- 全球音樂市場排名30，亞洲排名第5，居華語地區領先地位
- 台灣流行音樂97年總產值約新臺幣70.62億元，其中，唱片公司收入32.15億元、數位音樂9.36億元、現場演唱17.47億元、版權11.64億元。



SWOT分析

優勢

- 華語流行樂壇發展指標
- 吸引華人歌手來台發展
- 文化多元、社會民主
- 音樂節興起、各類型表演團體蓬勃發展

劣勢

- 盜版及非法下載
- 唱片界缺乏遠景，同質性愈來愈高
- 台灣流行音樂市場規模縮小、獲利減少、民間資金投入趨於保守

SWOT分析

機會

- 音樂產業面臨載體變革—數位音樂潛在商機
- 高附加價值（舉辦演唱會、活動及廣告代言、參與戲劇演出等可增加收益）
- 音樂與歌手結合之文化商品可形成跨國界浪潮
- 兩岸關係緩和、互動增加

威脅

- 中國大陸市場崛起、磁吸效應
- 部分歌手選擇跳過台灣直接進軍大陸
- 其他華人地區致力人才培訓，如新加坡

流行音樂產業發展旗艦計畫



目標

創新——創新產製能力以維持台灣流行音樂在華語市場的龍頭地位

領先——在日、韓等亞洲地區取得流行音樂發展之領先優勢

提升——在歐、美先進地區國家提升台灣流行音樂專業形象及品牌知名度

期程

99年~103年

預算

99年	100年	101年	102年	103年
1.736	5.1	4.85	4.85	4.8

21.336

單位:億元

達成目標之限制



■ 亟需經費挹注：

每年須編足預算，以扭轉產業漸失之優勢

■ 跨部會積極合作：

需由行政院或行政院指派之主政單位負責跨部會協調溝通與資源整合

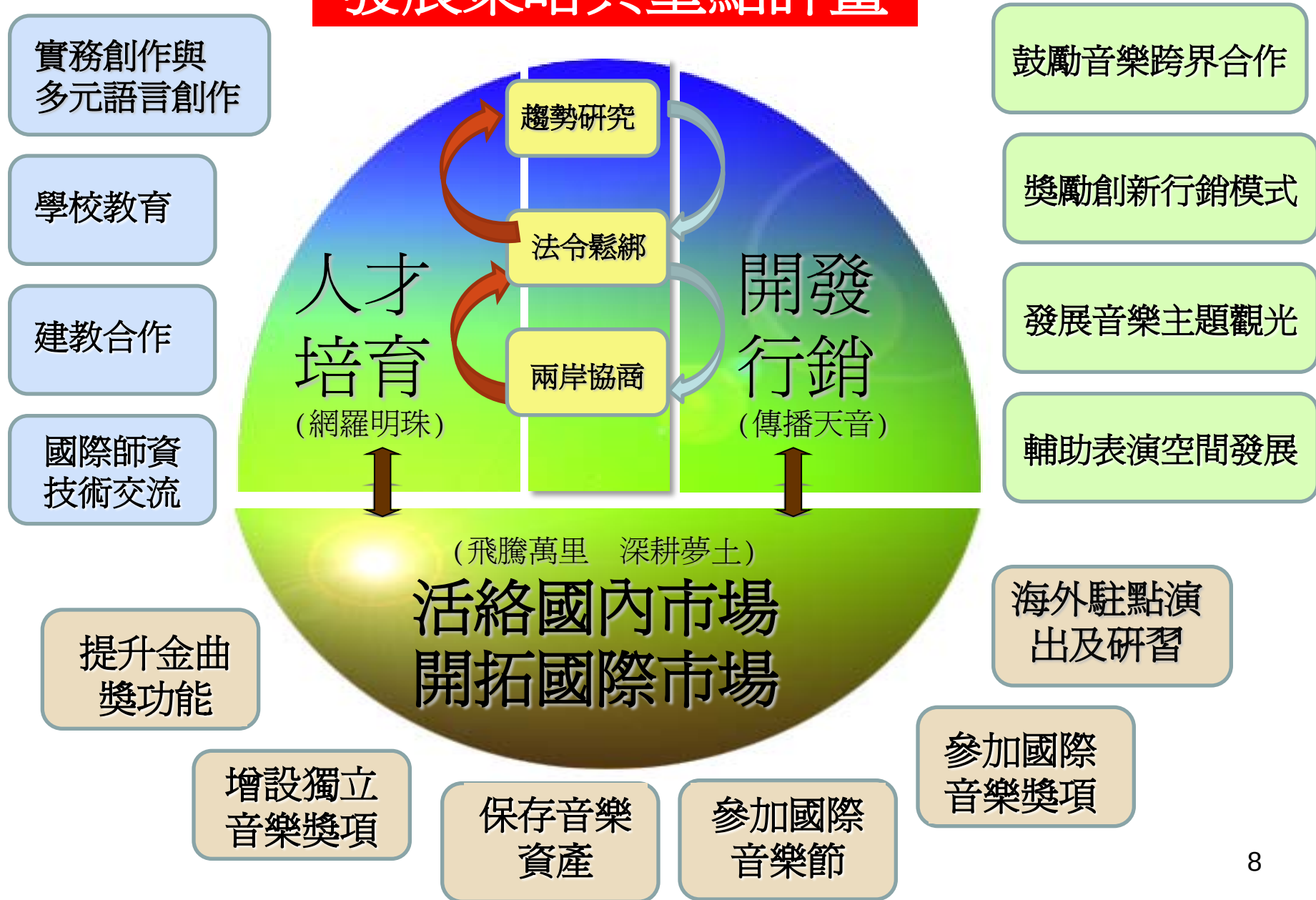
■ 結合民間力量與支持：

本計畫鼓勵唱片業等民間公司投入人力與資金，惟受盜版、非法下載等因素，仍影響業界投資意願

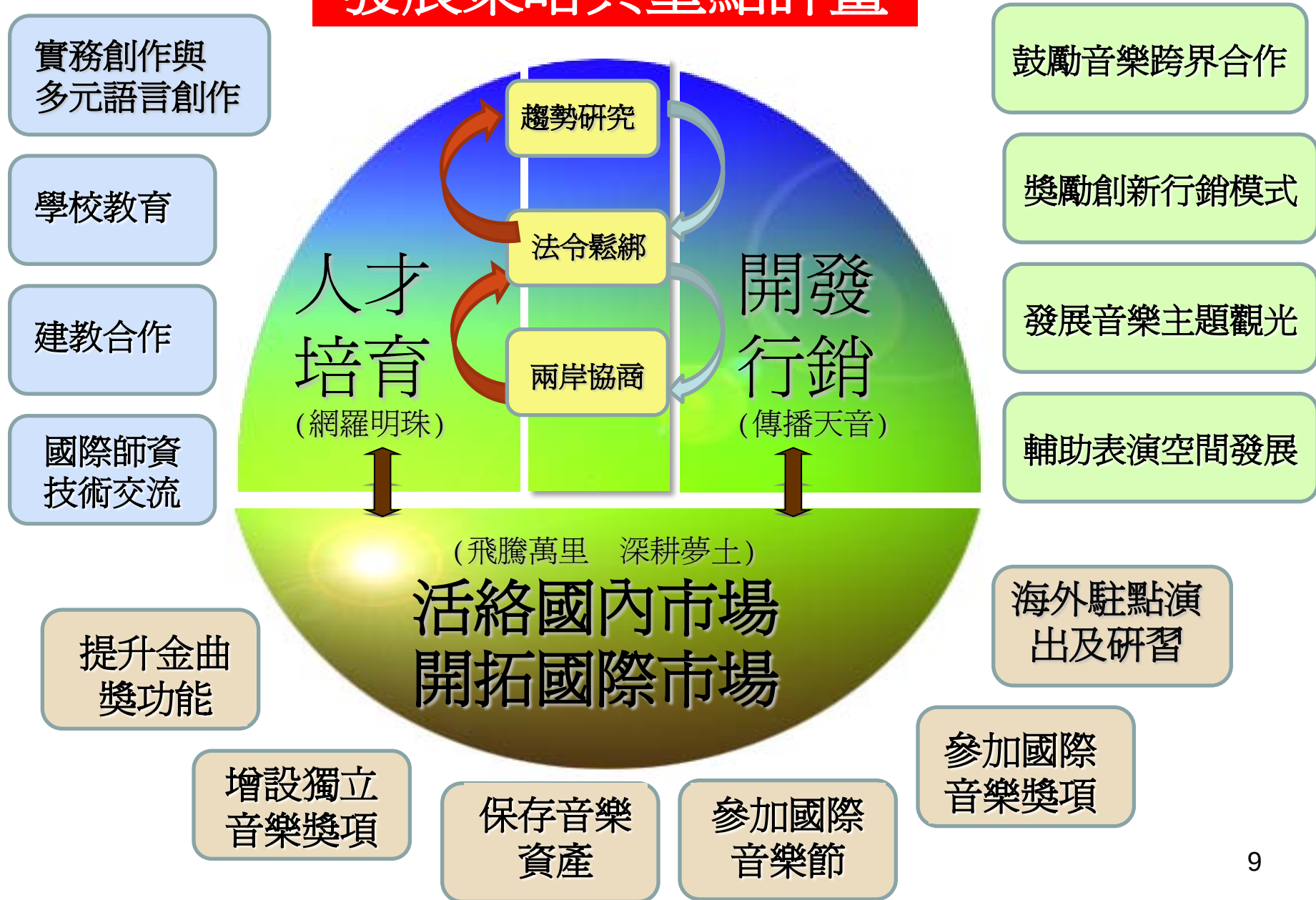
■ 兩岸協商可能性：

產業進入大陸市場發展之相關議題涉及兩岸協商、時程及可行性不亦掌握，且台灣和大陸市場規模懸殊

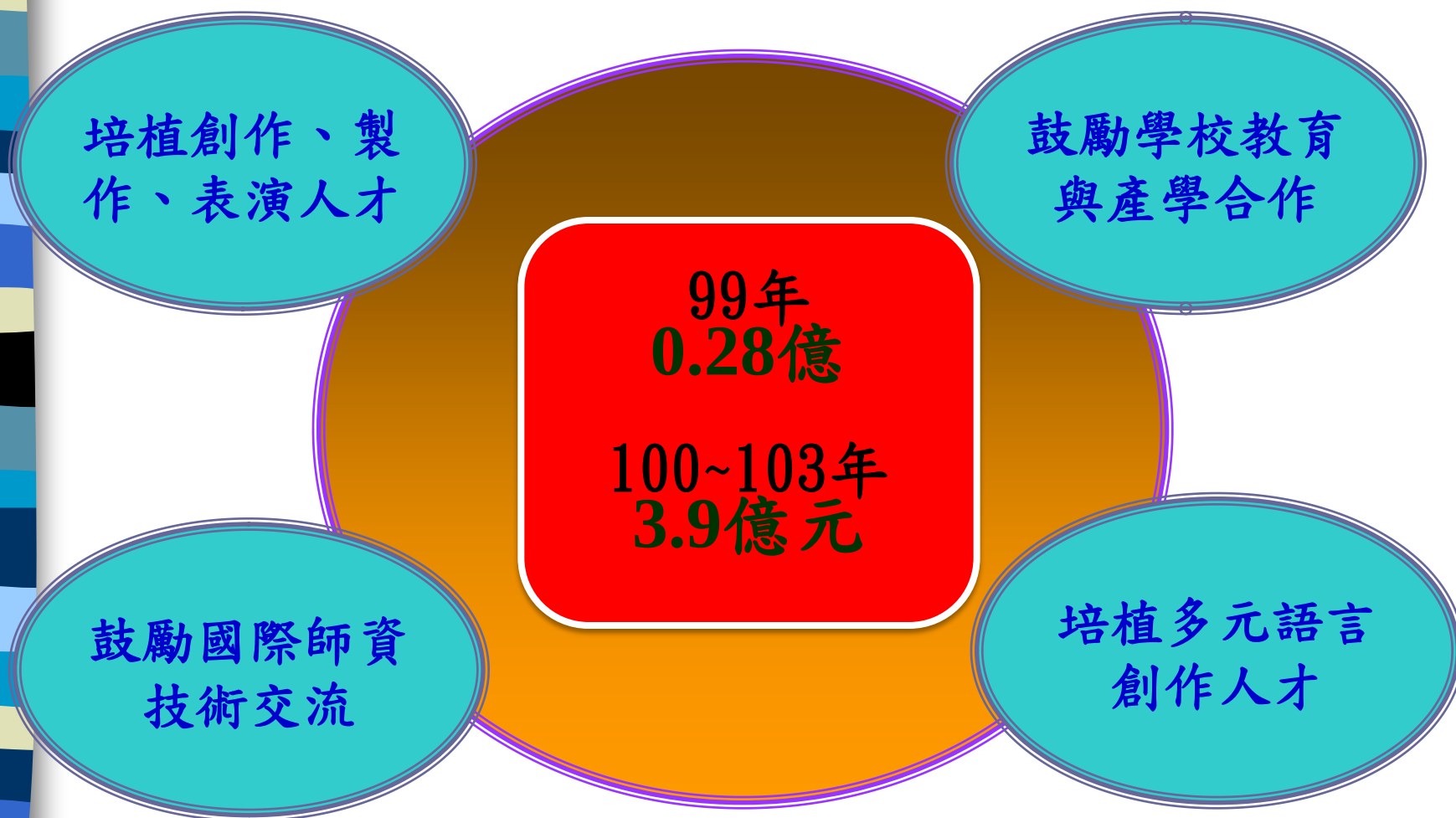
發展策略與重點計畫



發展策略與重點計畫



網羅明珠計畫【人才培育】



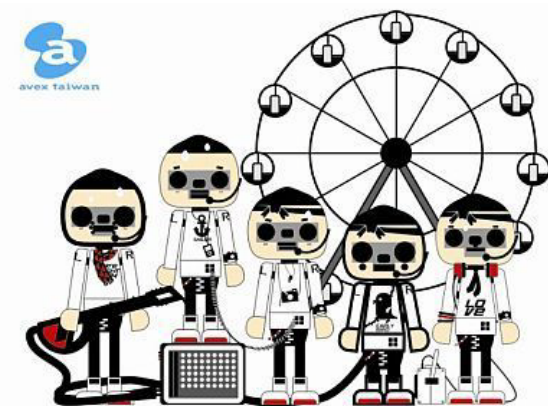
具體執行方案



(一) 辦理音樂創作類團體及個人之創、製、行銷培育專案

補助專輯製作與發行，每年甄選樂團、新人等，協助業者開發人才。

→ 補助樂團錄製有聲
出版品
→ 補助旗艦型唱片企畫
製作與宣傳

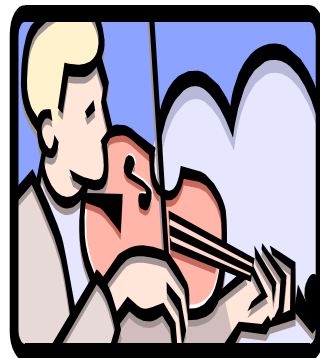


具體執行方案



(二)大專或技職院校增設流行音樂課程

➡ 聘請資深音樂工作者擔任講座，以利經驗傳承。



(三)鼓勵唱片界與教育界產學合作

➡ 提前培植人才、增進學界實務經驗交流

(四)鼓勵國際師資技術之交流與合作

➡ 輔導民間與美、日等國際流行音樂學校（例如：MI學院）交流，提升技術水準。

具體執行方案

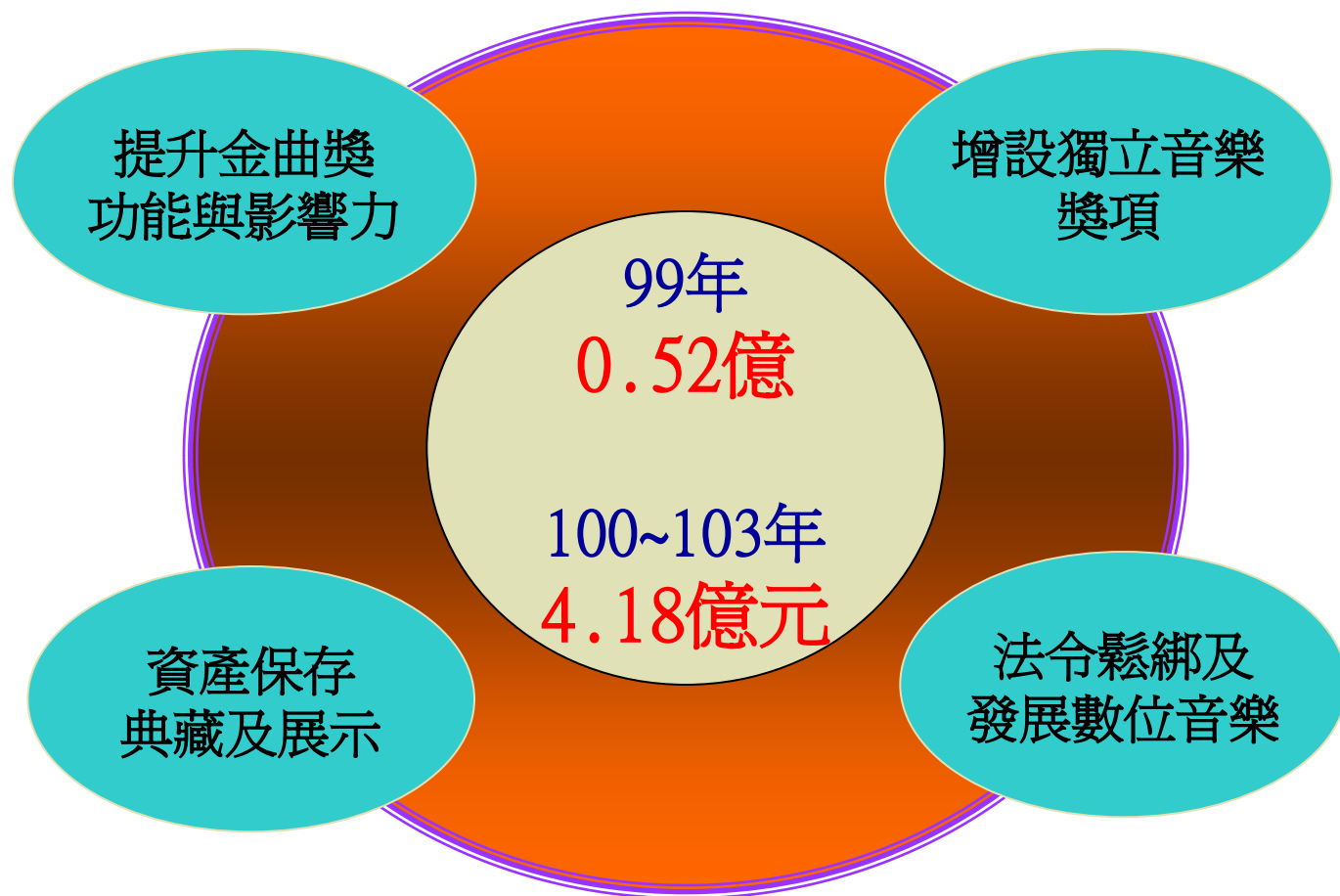


(五)辦理培植多元語言創作人才發展及作品推廣活動

辦理**河洛語**、**客語**及**原住民語**多元語言音樂創作之「台灣原創流行音樂大獎」，並媒合連結得獎人才與市場需求，協助錄製作品專輯、拍攝MV等方式宣傳活動。



深耕夢土計畫{活絡國內市場}



具體執行方案



(一)擴大金曲獎意義、辦理金曲音樂週活動

增設獎項

99年增設最佳封面設計獎

辦理金曲音樂週

論壇、表演、主題展

加強國際媒體宣傳



具體執行方案



(二)籌辦獨立音樂獎 (金音創作獎)



有別於金曲獎獎項，以強調創作精神為主，並設置曲風類及現場類之獎項，並自99年開始辦理。



5月公告獎勵要點、7月收件、8月評審、9月公布入圍名單、10月舉行頒獎



具體執行方案



(三)辦理流行音樂資產保存、典藏及展示

流行音樂為台灣近30年來最重要之文化輸出品，將整理台灣流行音樂史料與資產作典藏與保存。

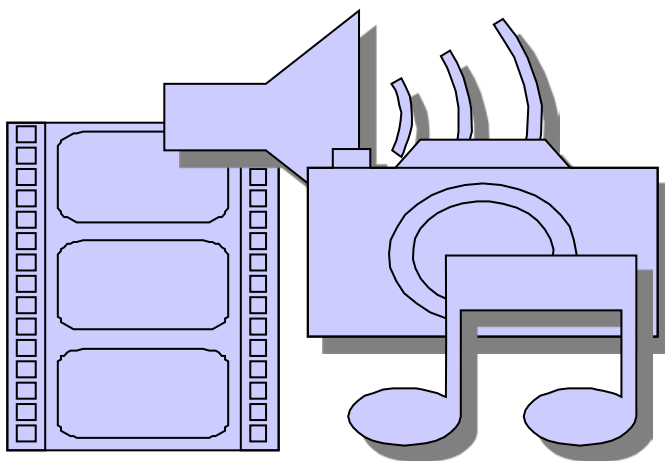


具體執行方案

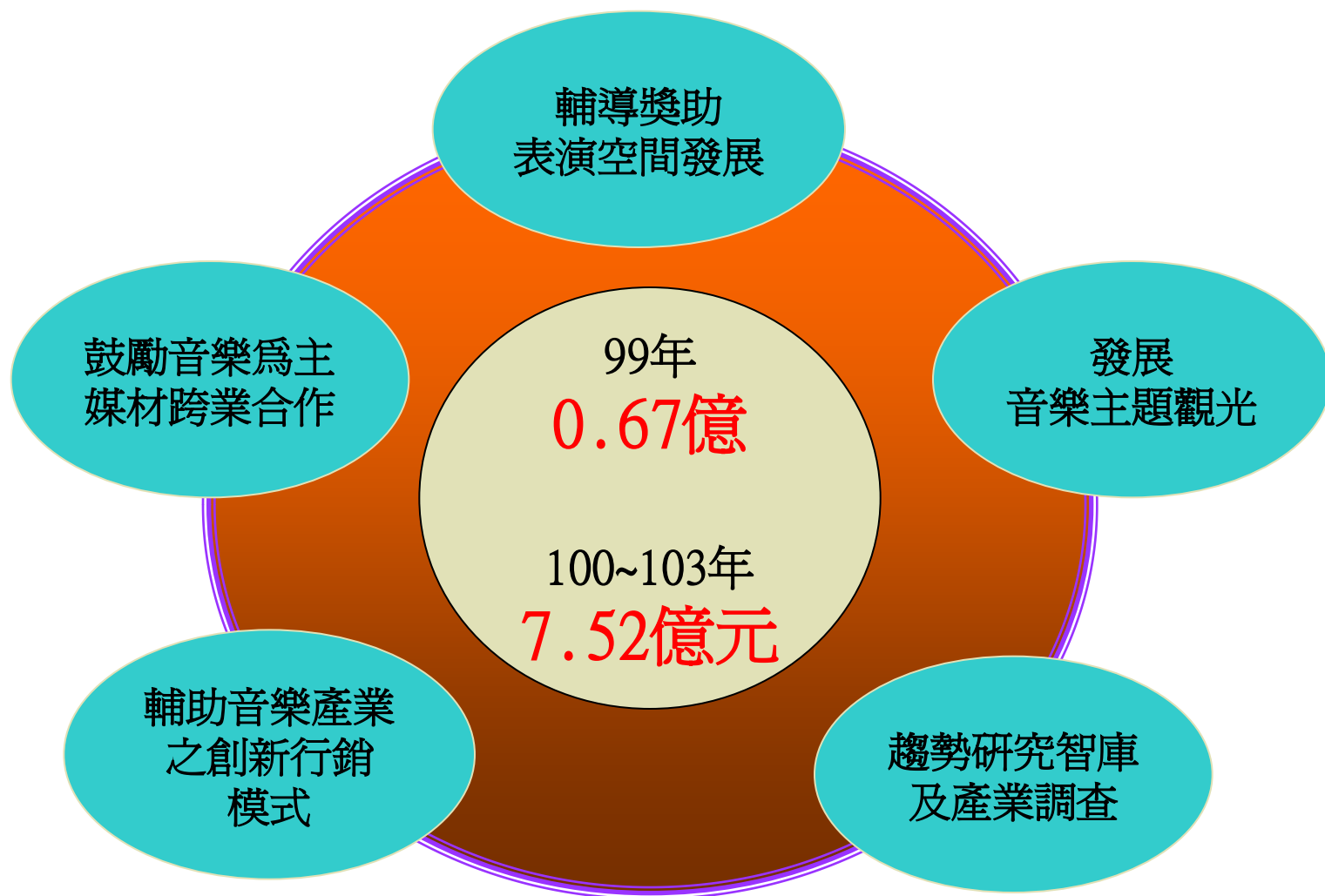


(四) 建立公平合理之產業經營環境、輔導發展數位音樂

- 因應音樂發展趨勢，協助解決音樂展演空間（Live House）法令問題。
- 協調唱片業與數位服務平台間之合作機制，提高產製音樂動能，達成雙贏。



傳播天音計畫【開發行銷】



具體執行方案



(一)輔助音樂產業之創新行銷模式

鑑於行銷是商品獲利的主要關鍵，為提升優質音樂作品曝光度及協助產業升級，補助有聲出版品創意行銷專案，以鼓勵創新、創意之音樂行銷模式。



具體執行方案



(二)鼓勵以音樂為核心之跨業合作

增進音樂發展之附加價值，鼓勵跨業合作，輔助製作以音樂為題材之**音樂劇、電玩遊戲、歌舞電影及電視節目**等，以創新商品或服務之設計與價值。



具體執行方案



(三)輔導辦理國內音樂展演活動與推廣

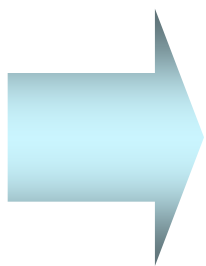
鼓勵展演空間業者、大型音樂節之發展，
或配合金曲獎等大型活動，協調觀光局共同
籌辦音樂主題觀光旅遊行程，增進外籍人
士來台觀光消費，帶動國內演唱活動發展。



具體執行方案

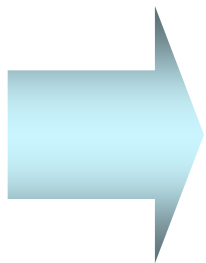


(四) 表演空間輔導獎助計畫



表演空間設備更新補助計畫

補助live house設施改善與更新
以提高民眾接觸流行音樂意願，
提高票房。



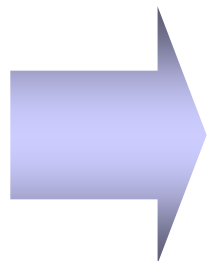
閒置空間再利用

協助表演空間業者洽覓及進駐經營
適當之展演場地

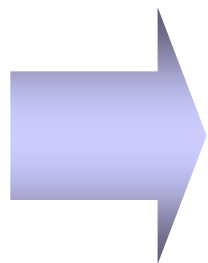
具體執行方案



(五)辦理流行音樂趨勢研究及市場調查



建置趨勢研究平台，進行組織性、系統性的資料蒐集及分析，並於每季發布動態資訊，供政府及民間參考。



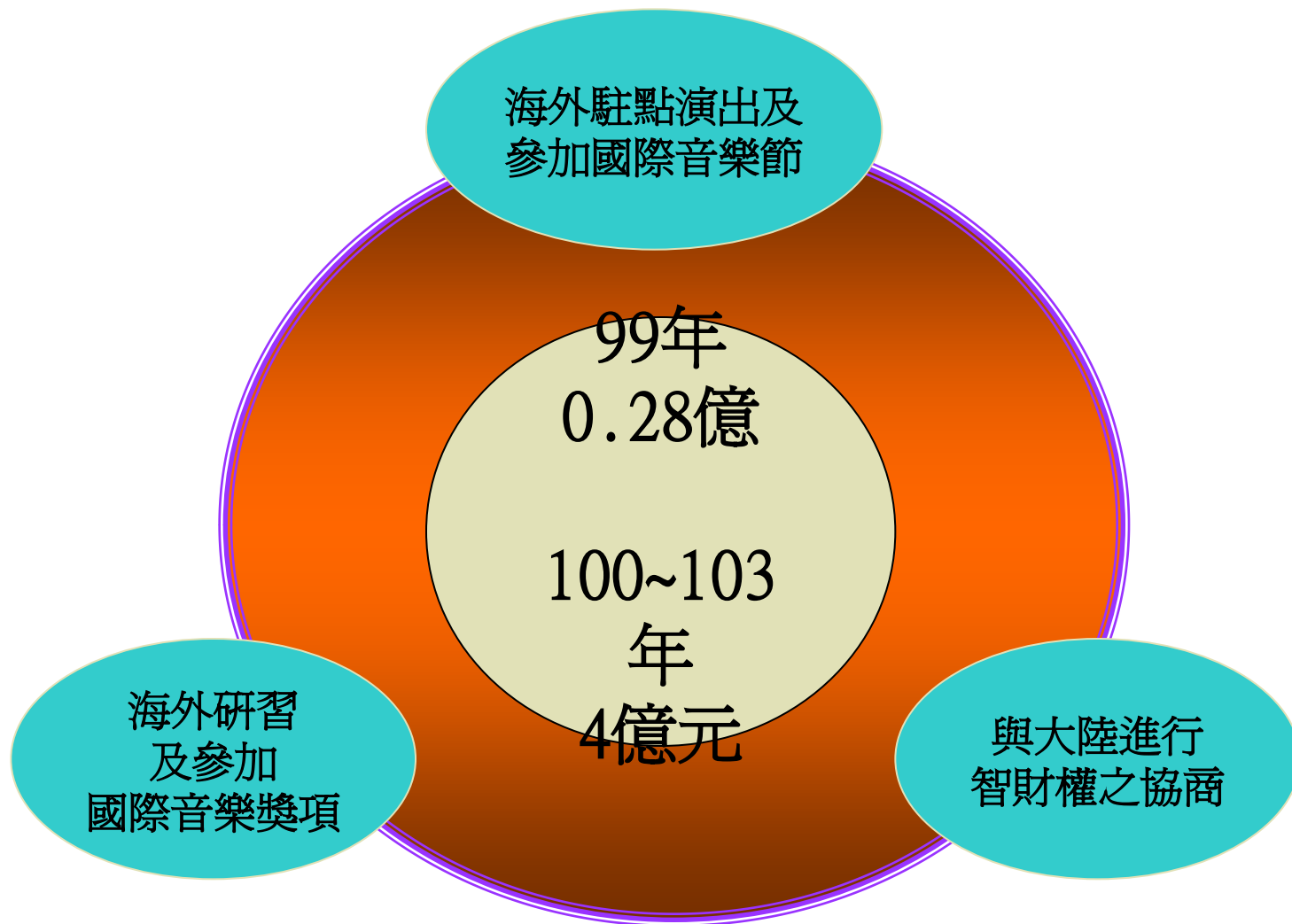
預定研究調查項目

- (1)流行音樂產業經營調查
- (2)數位音樂發展研究
- (3)韓國唱片產業與數位音樂發展研究



Resolution 5000 x3500 px - free download - www.psdgraphics.com

飛騰萬里計畫~開拓國際市場



具體執行方案



(一) 赴海外駐點演出及參加國際音樂節

活
美

積極輔導音樂表演者參與國際性音樂

包括：法國坎城MIDEM國際唱片展、

國 SXSW、歐洲WOMEX、日本
SUMMER SONIC、韓國仁川、北京摩
登天空及英國利物浦音樂節。

輔導樂團赴國外短期巡迴駐點表演，99
年以安排赴

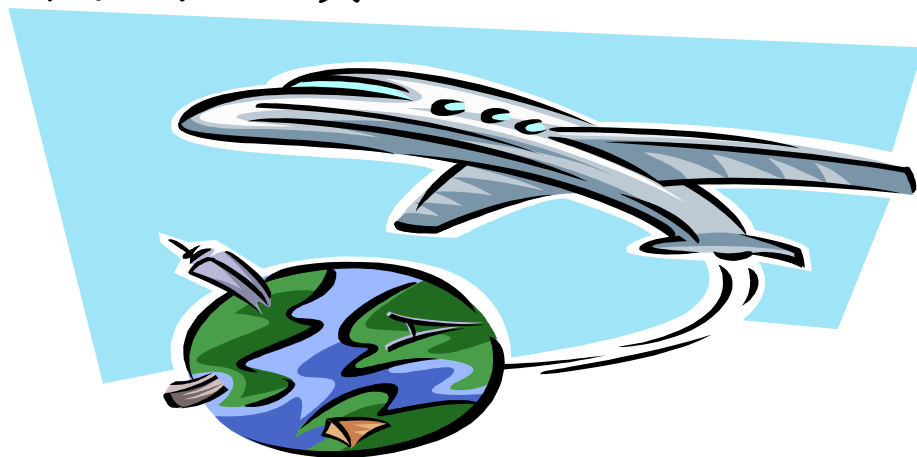


具體執行方案



(二)輔導赴海外表演、研習、短期進修及參加國際重要音樂獎項

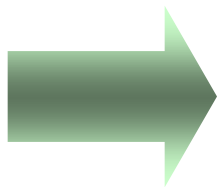
輔導音樂工作者至海外參加國際型演出、音樂論壇研習及音樂課程短期進修，及參與國際音樂獎項競賽，例如：**美國JPF、葛萊美獎、英國BBC**等，展現台灣音樂的專業形象、培植國際型表演實力。



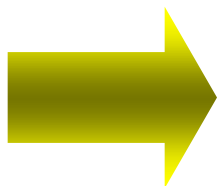
具體執行方案



(三) 智財權之宣傳與協商



透過兩岸協商機制，爭取將音樂著作權保護納入協商議題。



推動使用者付費觀念之宣導教育。



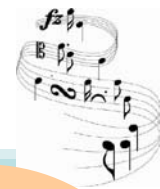
跨部會合作執行事項(之1)

工 作 項 目	主 / 協 辦 單 位	預 算	期 程
大專或技職院校增設流行音樂課程	行政院新聞局/教育部	0	100-103
Live house 法令管理與定位問題	行政院新聞局、經濟部商業司 / 行政院文建會、縣市政府	0	99-103
籌辦音樂主題觀光行程活動	行政院新聞局/交通部觀光局	視需求編列	100-103
籌建南北流行音樂中心	行政院文建會/台北市政府、高雄市政府	100億元	97-103

跨部會合作執行事項(之2)

工 作 項 目	主 / 協 辦 單 位	預 算	期 程
智財權保護（含非法取締、授權平台、觀念宣導）	經濟部智財局/內政部警政署、行政院新聞局	0	每年持續辦理中
中國大陸音樂智財權保護之協商	經濟部智財局、行政院大陸委員會/行政院新聞局	0	99-103
簡化中國大陸歌手來台相關程序及法令鬆綁	行政院新聞局/教育部、行政院大陸委員會、內政部移民署	0	每年持續檢討辦理中
數位內容產業發展躍進計畫(含內容傳輸整合與輔導開發創新服務等)	經濟部工業局/行政院新聞局	0.2億元	99-102
國發基金提供業界投融資需求	行政院文建會/行政院新聞局	100億元	99-103

預期成效



- 5年總產值突破500億元。
- 5年就業人數由1400人增加為2800人。
- 提升數位音樂產值，5年總獲利至少達6億元以上。
- 促進業者相對投資每年達3,500萬元，5年至少17,500萬元。
- 輔導優質音樂唱片業者，5年達15家以上。
- 促進唱片業培植演唱新人或團體，每年至少3組，5年可達15組以上。
- 輔導參與大型國際音樂活動，開創流行音樂品牌價值，每年至少15組樂團，5年可達75組樂團。

預期成效



網羅明珠計畫 深耕夢土計畫 傳播天音計畫 飛騰萬里計畫

- 提升台灣流行音樂之創、製、銷能量
- 提升產業發展動能與市場競爭力
- 創造工作機會、吸引人才回流
- 發展成為獨立音樂指標性國家



攻略華語市場
拓展國際市場
全面帶動產業起飛

報告完畢
恭請指教