

出國報告(出國類別：採訪)

「新加坡音樂節 MUSIC MATTERS LIVE」
採訪報告

服務單位：財團法人中央廣播電臺
姓名職稱：新聞部採訪組記者江昭倫
赴派國家：新加坡
出國日期：103年5月21日至25日
報告日期：103年6月8日

摘要：

新加坡 MUSIC MATTERS LIVE 是 ALL THAT MATTERS 亞洲音樂論壇重點活動之一，文化部今年是第 2 度遴選團隊帶著熱狗、四分衛、拾參樂團前往參加，共演出 11 場，並派出專業音樂顧問參加論壇，介紹臺灣的音樂環境。

今年也是中央廣播電臺第 2 度受邀隨行採訪該音樂節活動，包括新加坡樂迷對於臺灣音樂的迴響、亞洲最新音樂趨勢發展以及臺灣可以從該音樂節與論壇中獲得甚麼樣的經驗，都是此行觀察重點。

目次

本文.....第 4 頁

一、目的

二、行程

三、心得

四、建議事項

附錄.....第 9 頁

本文

一、目的

遴選樂團或歌手出國參加國際性音樂節是文化部影視音重要政策，藉此將臺灣的流行音樂介紹給全世界，也希望讓臺灣音樂人可以吸取更多創作養分與表演經驗。

中央廣播電臺能夠屢次獲邀隨行採訪，是對本電臺的專業肯定，同時身為國家廣播電臺，也能藉此推薦全世界聽眾關於臺灣流行音樂的動態與魅力；另一方面持續帶回最新國際音樂發展趨勢，提供國內音樂環境思考。

二、採訪行程：

5月21日：預定下午15時20分的飛機前往新加坡，因班機延遲2小時起飛，晚上21時多才抵達新加坡。

5月22日：下午訪問熱狗、四分衛與拾參樂團，談新加坡演出心情；晚上3組藝人在新加坡克拉克碼頭都有演出，熱狗更站上音樂節主舞臺壓軸演出。

5月23日：臺灣音樂顧問文化部流行音樂專案辦公室計畫主持人袁

永興、大大國際娛樂總監焦惠芬、專業策展人劉兆宏於 45 分鐘的論壇中，與亞洲音樂人暢談臺灣音樂市場環境優勢。晚上臺灣代表團有一場「臺灣之夜」演出，3 組藝人接力上陣演出，吸引大批星迷捧場。

5 月 24 日：晚上熱狗、拾參與四分衛都有表演，四分衛則站上主舞臺開唱，吸引不少當地忠實歌迷支持。

5 月 25 日：今年金曲 25 週年，金曲獎製播單位臺視副總劉麗惠與國際音樂節策展人詹詹也特別出席，邀請國際貴賓出席金曲盛會，兩人並接受記者採訪。

5 月 26 日：搭機於 26 日清晨抵達臺北

三、心得

文化部連續 2 年遴選樂團前往參加新加坡 MUSIC MATTES LIVE 音樂節，2013 年遴選了董事長、槍擊潑辣和 TRASH，今年則派出熱狗、拾參與四分衛，相當程度能代表臺灣多元音樂風貌。

今年的熱狗更展現嘻哈天王魅力，在新加坡音樂節颯起旋風，每一次的演出都吸引大批樂迷捧場，就連主辦單位都要求加碼演出，也

讓臺灣的音樂在這次新加坡受到矚目與討論。

記者多次隨樂團前往加拿大、日本、韓國、新加坡、印尼採訪，觀察到愈能帶動現場氣氛的樂團與樂風，愈能獲得國際樂迷的共鳴，也愈容易引起音樂節主辦單位的關注，並願意與臺灣團隊保持更多聯繫，增加各國樂迷認識臺灣音樂的機會。另外，透過「臺灣之夜」活動的舉辦，也使當地樂迷更容易聚焦臺灣音樂特色。

今年音樂節的論壇上，臺灣代表團首度爭取到 45 分鐘的時間，由文化部流行音樂專案辦公室計畫主持人袁永興、大大國際娛樂總監焦惠芬、專業策展人劉志宏、艾拓邦總監詹詹與對臺灣音樂環境相當熟悉的香港 LOVE DA 唱片公司負責人 Tommy，一同向亞洲音樂人介紹臺灣音樂環境。

焦惠芬向與會人士大力推銷，強調臺灣的優勢在於音樂專業度足夠，有完善的市場制度，值得信任，想要進軍華語市場，臺灣絕對是最佳合作夥伴。這場論壇獲得不少迴響，會後不少人就主動接觸，表達希望能與臺灣有更多交流與合作。

今年新加坡音樂節另一個值得關注的焦點，就是論壇首度聚焦社群媒體的影響力，可提供臺灣音樂產業思考與因應。

與會人士紛紛指出，社群媒體不再只是單純溝通、互動工具，還將大規模導入商業營運機制。韓國官方與民間更大膽預言，社群媒體

力量將起爆炸性作用，全面改變現有音樂產業模式。

論壇人士也認為，過去產品行銷透過傳統媒體，但在數位時代，社群媒體卻可以直接與使用者互動。另外，社群媒體將成為最好找到「New Friend」的管道，這對於音樂產業而言，將是最佳的行銷利器。

臺灣代表團顧問之一、文化部流行音樂產業專案辦公室計畫主持人袁永興對於韓國提出的趨勢發展印象深刻。他說，韓國已經預見未來音樂產業模式將跳過傳統電視、電臺，甚至既有網路行銷操作模式，而是直接透過社群媒體傳遞訊息給支持者，提高支持者對於表演者或偶像的黏著度，讓支持者藉由 LINE、What's App、推特、臉書等工具自動轉貼相關訊息，不只節省大筆經費，效果也更驚人。

對兩岸三地音樂環境都有了解的袁永興也提醒，當韓國開始利用社群媒體在全世界音樂市場打團體戰時，臺灣必須清楚認知到音樂環境將隨著社群媒體的蓬勃發展出現極大的變化，他建議臺灣不妨考慮結合中國大陸的資金，共同打這場行銷大戰。

無論任何產業，面對社群媒體趨勢，已經不是「用不用」的問題，而是可以運用得多好。對於音樂產業而言，社群媒體是最好也最直接的工具，如何跟上國際潮流，值得臺灣音樂產業工作者深思。

另外，記者二度參與新加坡音樂節論壇的感想，認為身為華語音樂市場的重鎮，臺灣絕對有能力可以辦出出色的國際音樂論壇，也到

了應該起身行動的時候了。

四、建議事項

本次採訪，得到電臺長官全力支持，也贏得隨行團隊肯定，採訪工作相當順利。

由於是連續 2 年隨行參加新加坡音樂節採訪，對於國際音樂節的舉辦，臺灣樂團的表現都有近距離的觀察，是相當好的採訪經驗累積，若往後仍有機會受邀類似採訪，相信對於臺灣整體音樂環境的觀察報導將更顯深入，更能持續凸顯中央廣播電臺在該領域的專業性。

這次採訪過程，為聯繫與發稿方便，特別購買當地電話網路卡，相當方便，費用也較手機漫遊便宜許多，提供未來電臺若派人出國採訪參考。

五、附錄

本次新加坡採訪新聞與專題報導共 7 則，連結如下：

1)熱狗、四分衛、拾參 前進星國音樂節開唱

<http://news.rti.org.tw/news/detail/?recordId=109255>

2)為國出征 四分衛、熱狗：驕傲！

<http://news.rti.org.tw/news/detail/?recordId=109638>

3)熱狗首日壓軸 風靡星音樂節

<http://news.rti.org.tw/news/detail/?recordId=109753>

4)出席星音樂節論壇 凸顯臺灣音樂市場優勢

<http://news.rti.org.tw/news/detail/?recordId=109985>

5)星樂迷擠爆 「臺灣之夜」超火

<http://news.rti.org.tw/news/detail/?recordId=110041>

6)金曲 25 赴星宣傳

<http://news.rti.org.tw/news/detail/?recordId=110229>

7)專題：音樂產業未來 社群媒體將扮關鍵角色

<http://news.rti.org.tw/news/newsSubject/?recordId=444>