

-流行音樂產業發展行動計畫-

(核定本)

99年6月

目 錄

壹、計畫緣起.....	1
一、依據.....	1
二、產業現況	1
三、未來環境預測.....	2
四、問題分析.....	4
貳、計畫目標.....	7
一、目標說明.....	7
二、達成目標之限制.....	8
三、預期績效指標及評估基準.....	9
參、近年相關政策及方案之檢討.....	12
肆、發展策略與重點計畫.....	13
一、發展策略.....	13
二、重點計畫與具體行動方案.....	14
三、分年執行策略.....	19
四、分項衡量指標.....	21
五、執行步驟與分工.....	22
六、跨部會合作.....	23
伍、期程與資源需求.....	24
一、計畫期程.....	24
二、經費需求.....	26
陸、預期效果及影響.....	27
柒、附則.....	27

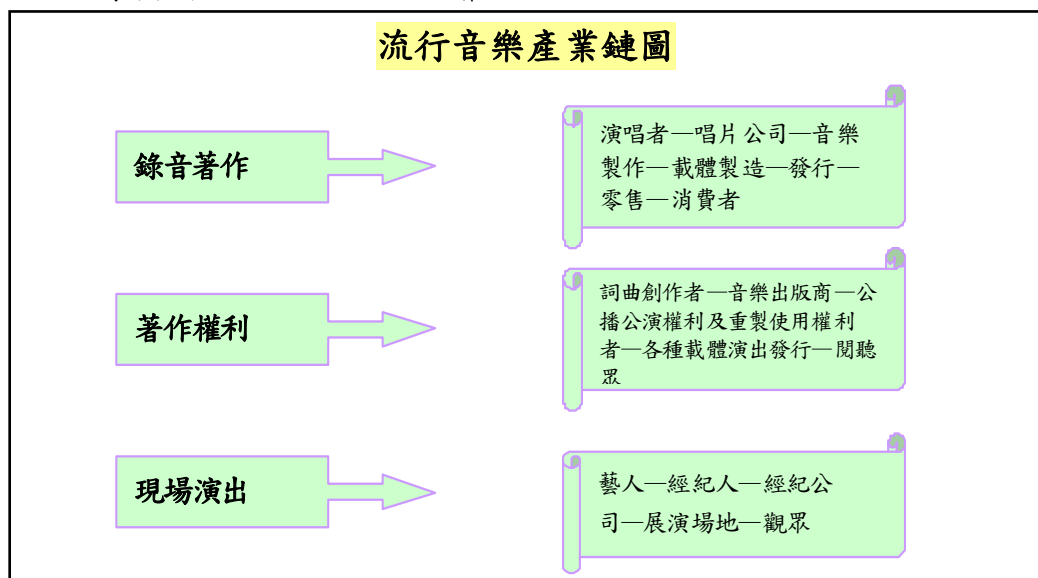
壹、計畫緣起

一、依據：

- (一) 馬總統「智慧台灣」政見，第 2 項有關推動「文化創意產業」藍圖。
- (二) 行政院 97 年 7 月 29 日第二次內閣研討會會議決議，將流行音樂納入文化創意產業旗艦計畫項目。
- (三) 行政院 98 年 5 月 14 日院會通過「文化創意產業發展方案」辦理。
- (四) 總統府財經諮詢小組第 22 次會議決議辦理。
- (五) 行政院服務業推動小組第 3 次委員會議決議辦理。

二、產業現況

- (一) 價值鏈已由過去以唱片為主體，逐漸轉變為以「錄音著作」、「著作權利」、「現場演出」為主的三大系統，也是唱片產業主要獲利來源。
- (二) 根據 IFPI 國際總會 97 年全球年鑑顯示，台灣流行音樂在國際音樂市場排名 30，亞洲排名第 5；但創意與品牌仍為華語地區領先地位。
- (三) 根據本局委託台灣經濟研究院所作「流行音樂產業調查」資料顯示，台灣流行音樂年總產值約新臺幣 70.62 億元；其中，唱片公司收入 32.15 億元、數位音樂 9.36 億元、現場演出 17.47 億元、版權 11.64 億元。



三、未來環境預測

- (一) 文化創意產業、經濟成長引擎：文化創意產業為許多國家推動經濟復甦及產業轉型的引擎，亦為我政府擘劃推動之六大新興產業之一。根據創意產業權威約翰霍金斯的估計，全球創意經濟目前正以每年 5% 至 7% 比率成長，潛力雄厚，令人矚目。
- (二) 媒體產業、文創之星：文化創意產業中的媒體產業，成長率更是相當驚人。根據國際市調數據顯示，全球媒體產業市場規模在 99 年將達 1 兆 8 千億美元，亞太地區媒體產業將以 9.2% 幅度成長，市場規模在 99 年可達 4 千 250 億美元；中國大陸媒體市場於 98 年將超越日本市場規模。流行音樂為媒體產業的一環，雖然近年來實體唱片銷售下滑，但數位音樂崛起，音樂展演活動在近年更是日益蓬勃發展，不僅展現音樂表演者的演藝實力，並為唱片及明星週邊商品的銷售帶來商機；尤其是數位音樂發展，成長速率驚人，在 99 年全球市場規模預估可達 25 億美元，約為全球音樂市場的 10%，另根據國外資料顯示，目前南韓唱片業的數位產值已經超過實體，占 63%，美國的數位下載也已經超過音樂使用者的 29%，因此，台灣仍有許多空間可待開發與經營。
- (三) 政府策略發展、打造競爭優勢：當許多國家之經濟開始從

勞力密集之製造業朝向知識及創意經濟轉型發展，且當全球民眾消費模式出現明顯變化，文化隨著貿易全球化，成為可以行銷的商品時，嶄新之國際文化競技場域已然出現，科技的潛力則進一步創造了競賽的種種可能性。面對新局，台灣如欲搶食全球媒體市場大餅，必須從本身的競爭優勢出發，培養國際競爭力。睽諸本局輔導之媒體產業中，最具文化輸出能量，並已在華語市場具備競爭優勢者之一，當屬流行音樂產業。惟欲擴大國際市場的影響力，從而促使產值及就業人口之躍升，需藉政府採取重點性、策略性且計畫性地扶植推動。

(四) 流行音樂產業之國際發展態勢：在全球資訊快速流通的時代，各先進國家如英國、南韓、日本、加拿大、澳洲等國家，無不積極思考提振音樂文化發展的政策，以提升文化認同，同時向世界推廣當地音樂。以英國為例，該國為全球第三大音樂市場，自 80 年代開始，政府便以政策積極輔導流行音樂產業，並成為文化產業的政策焦點。另根據 IFPI 國際總會 97 年之全球年鑑顯示，亞洲各國唱片銷售額之排名以日本最佳，為全球第 2，南韓全球排名第 17，居亞洲第 2，且南韓為振興流行音樂產業，已預定自 99 年起推出「音樂產業振興中期計畫」，預計 5 年內由政府投資 1275 億韓元（約 0.92 億美元）推動流行音樂全球化、活躍內需市場、擴充音樂基礎設施等戰略計畫。

(五) 跨業趨勢：由於音樂為所有文化創意產品的核心內容之

一，獲利模式不再侷限於單一產品版權銷售。流行音樂與其他產業結盟，為音樂發展的新方向。

四、問題分析

(一) 優勢 (Strength)

- 1、台灣流行音樂為華語流行樂壇發展的指標，更是華語流行音樂潮流的領先者，每年辦理的金曲獎更是華語音樂最具指標性的獎項。
- 2、台灣成熟的流行音樂製作環境，吸引全球的華語歌手來台發展，其中以來自星、馬的歌手與音樂人的人數較多，有計畫的以台灣為發展基地，而且這些歌手也惟有經過在台的粹煉後，才能在其他華語市場取得卓越成就。
- 3、台灣自由的創作環境、深厚的文化底蘊、多元的社會風氣與及豐沛的創作能量，強化台灣音樂的深度與多元，讓台灣的流行音樂在華語地區具備優勢競爭力。
- 4、根據本局「2007 有聲出版事業經營狀況調查」，台灣音樂發展主要優勢為「音樂製作能力」、「創作人才素質」及「藝人甄選培訓」。
- 5、流行音樂具有高度投資報酬率效益，推出之文化商品成功後，其附加價值甚為可觀。
- 6、近年來現場演出活動場次增多，各地音樂祭、音樂節等活動興起，且除小巨蛋、足球場、體育場等大型表演空間外，Live house、PUB 等小型表演空間亦提供多元創意之表演機會，且各類型的表演樂團亦隨之蓬勃發展。

(二) 劣勢 (Weakness)

- 1、盜版及數位科技發展衝擊既有的商業機制，導致國內市場急遽萎縮，而新的市場遊戲規則未及建立，造成創作者無法收割成果，連帶也失去創作的動機與能量。
- 2、台灣擁有豐沛的創作力量，但卻沒有足夠的發表管道與機會，讓他們接受市場的考驗。
- 3、由於國內市場持續萎縮，面臨現實問題的考驗，人才難以養成，恐面臨斷層。
- 4、由於唱片界缺乏發展遠景，音樂工作者缺乏鑽研專業之動能，導致創作質感無法再提升，創作與表演的同質性愈來愈高。

(三) 機會 (Opportunity)

- 1、科技的發展提供產品發表的便利性，也促使消費者聽音樂的習慣改變，數位音樂的年產值快速增加。根據資策會創新研究所 97 年預估，線上音樂市場每年潛在商機約新台幣 293.6 億元，發展可期。
- 2、業者除以唱片銷售與音樂版權為收入來源，並以舉辦演唱會、廣告代言、活動代言及參與戲劇演出等方式增加收益。
- 3、兩岸關係和緩，促使兩岸音樂交流更趨頻繁，音樂市場收益增加，並開啟兩岸智慧財產權保護之協商的可能與契機。
- 4、音樂本身屬於世界共通性語言，可以穿越語言的障礙與時空的隔閡，易引起共鳴與喜愛，消費市場廣大。

5、流行音樂屬結合音樂與歌手之文化商品，跨越國界的魅力一旦形成，不但能引領風潮，其附加價值更為可觀。

(四) 威脅 (Threat)

- 1、中國大陸市場崛起，龐大的市場商機，吸引許多台灣音樂界專業人才轉往中國大陸發展。
- 2、由於台灣的音樂市場走下坡，不同於以往以台灣為進軍國際市場的橋頭堡，有些星、馬歌手開始跳過台灣，直接進軍中國大陸等市場。
- 3、許多華語地區致力於人才培訓，例如新加坡已開設流行音樂學校，為有意進軍歌壇的青少年進行有系統的培訓，新加坡歌手孫燕姿便是成功例子。

SWOT 分析表：

優勢(S)	劣勢(W)
<ul style="list-style-type: none"> *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 *低投資、高報酬 *音樂節興起、各類型表演團體蓬勃發展 *進軍中國大陸跳板 	<ul style="list-style-type: none"> *盜版及非法下載 *缺乏發表管道及機會 *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
機會(O)	威脅(T)
<ul style="list-style-type: none"> *載體變革—數位音樂潛在商機 *高附加價值（以舉辦演唱會、活動及廣告代言、參與戲劇演出等增加收益） *兩岸關係和緩、互動增加 *音樂為共通性語言，易引起共鳴 *音樂與歌手結合之文化商品可形成跨國界浪潮 	<ul style="list-style-type: none"> *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中國大陸 *其他華人地區致力人才培訓，如新加坡

貳、計畫目標

一、目標說明

(一) 台灣流行音樂產業係屬低投資、高報酬的產業，在 90 年代曾經創造產值高峰。但是在短短 10 餘年間，及與全球的音樂產業同時面臨從 CD、MP3、手機鈴聲市場、到 iPod 的載體變革，再加上盜版、網路音樂侵權行為的衝擊影響，致使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。惟台灣流行音樂在華語地區仍居翹楚，為維持華語音樂龍頭優勢，本計畫即擬藉由政府資金的挹注，提高民間投資的動能與意願，並以發揮引導與乘數效果為原則，協助流行音樂產業在研發、行銷、國內外市場、法令、人才培育、資產保存以及活絡資金運用等方面的發展。另一方面，由於流行音樂所展現的不只是音樂的創意與發行，同時展現了台灣相較於其他國家的優勢生活型態與文化力，因此，如果有政府做產業的後盾與推手，民眾的文化自信心與凝聚力，以及有更多充滿創意的流行音樂創作產出，則其影響勢必跨越有形的地理疆界，不但能提升海外的產值能量，更能將台灣流行音樂的文化浪潮向國際輸出，成為台灣文化創意產業中耀眼的明星產業。

(二) 本計畫主要目標如下：

- 1、**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。
- 2、**領先**--在日、韓等亞洲地區取得流行音樂發展之領先優勢。

3、提升--在歐、美先進地區國家提升台灣流行音樂之專業形象與品牌知名度。

二、達成目標之限制

- (一) 亟需經費挹注：每年需編足預算，以扭轉產業優勢漸失之勢，並發揮產業振興之臨界效果。
- (二) 需跨部會積極合作：本計畫需要跨部會合作並進行多方整合，尤以涉及產業發展之法令部分，需由專責單位負責幕僚作業，並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。
- (三) 需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，以發揮專業與創意，培育相關人才、開創品牌形象、及提升市場競爭力，惟受到盜版、非法下載、景氣等整體環境趨勢影響，仍將影響業界投資意願與規劃。
- (四) 兩岸協商之可能性：台灣流行音樂產品在華語市場普及率已達 80% 以上，惟由於中國大陸地區盜版及非法下載音樂情形達 90% 以上，致使台灣實體唱片銷售至當地之收益受到相當影響。為達成目標，應儘速將攸關產業進入中國大陸市場發展之議題納入兩岸協商議程，例如：智財權益的保護、允許國內音樂經紀公司得赴中國大陸設置分支機構、加速音樂出版品審批速度及放寬檢查標準等，惟相關議題涉及兩岸協商、時程及可行性不易掌握，且台灣和中國大陸市場規模懸殊，倘採對等開放，對我業者衝擊甚

大，另依總統府財經諮詢小組第 22 次會議委員建議，中國大陸之網路及音樂產業係受官方管控之特殊產業，不宜納入 ECFA 早收清單。

三、預期績效指標及評估基準

(一) 提升流行音樂總產值，目前年產值新台幣 70.62 億元，5 年總產值可由 353.1 億元增加至 500 億元，淨增加 146.9 億元。(分年增長情形如下表)

(單位:億元)

年度	目前	99 年	100 年	101 年	102 年	103 年	5 年總產值/ 增加
年產值	70.62	74.85	82.34	94.69	113.62	134.5	500/ +146.9
成長率	6%	10%	15%	20%	18.38%	-	

(二) 增加就業人口，由 97 年之 1400 人，在 5 年後倍數成長，增為 2800 人。(分年增長情形如下表)

年度	目前	99 年	100 年	101 年	102 年	103 年	5 年總計/淨 增加
創造就業 人口數	1400	200	250	300	300	350	1,400

◎達成預期績效之評估說明：

1、增加中國大陸市場之獲利比以提昇整體產值：由於中國大陸盜版之音像製品約 80%，在環境尚未改善前，實體唱片銷售金額較難有顯著成長。惟中國大陸地區幅員廣闊，近年來各地音樂演唱活動蓬勃發展，場次不計其數。鑒於對中國大陸觀眾而言，只要來自台灣的歌手及樂團，在當地演出均相當受歡迎，且有票房保證優勢，因此，為提升中國大陸地區營業額，應以輔導協助業者赴中國大陸辦理演

唱會為主。根據估算，台灣在中國大陸辦理演唱活動平均每場票房為新台幣 1200 萬元（約人民幣 300 萬元）；倘目前國內歌手在當地辦理演唱會倘每年達 225 場次，則 5 年共計 1125 場，營業額可達 135 億元。

2、打造與產出明星級音樂人才：由於台灣為華語流行音樂發展中心，無論製作環境、創意人才、表演素質等，均居華語地區領先地位，星、馬及中國大陸歌手必以台灣作為進攻華語市場之基地跳板，因此，只要是台灣產出的歌手或團體，對於華語地區觀眾而言，就屬「明星」，具有相當票房吸引力。惟近幾年來，由於市場環境的影響，唱片公司投資趨於保守，無論是幕前（歌手）或幕後（製作人、詞曲創作人等）明星產出人才減少，目前屬明星級人才如周杰倫、張惠妹、蔡依林等均有 10 年以上資歷，而幕後曾創作許多膾炙人口歌曲之製作人如李宗盛、羅大佑等均往中國大陸發展，使台灣音樂人才發生斷層現象，因此，本案將致力於培植與獎勵相關人才，研提「網羅明珠計畫」及「深耕夢土計畫」，期網羅更多有才華、有興趣之人才加入流行音樂市場，以再造明星級人才。

3、輔導國內音樂表演參加國際音樂活動以開拓國際市場：由於音樂活動在中國大陸所受法令限制較影視業為少，僅需通過審批作業即可辦理演唱會，且該地區幅員廣大，各地音樂活動林立，國內在製造明星人才的奠基之下，應以獎助方式鼓勵歌手及樂團赴中國大陸演出，及參加各類音樂活動。根據報載，近年歌唱藝人在中國大陸地區辦理

演唱會收益超過新台幣 3000 萬以上之藝人有周華建、周杰倫、五月天、張惠妹、蔡依林等人，總產值即已高達新台幣 7 億 1,271 萬元。因此，本局研提海外行銷之「飛騰萬里計畫」，即以輔導赴海外參加音樂活動、演出、參展等為主。

4、製作以音樂為主要內容之跨界文創產品（如大型音樂劇、歌舞影片、電玩等）：由於音樂為所有文化創意產品的核心內容之一，且結合音樂與其他產業結盟為音樂發展的新方向，根據瞭解，97 年以音樂為主的電玩遊戲「吉他英雄」，在北美創造了 10 億美元（約新台幣 340 億元）的營收。由迪士尼頻道製作以歌舞為主之電視電影「歌舞青春」(High School Musical)，在全球各地引爆收視熱潮外，原聲帶、DVD 等相關產品，更創造 1 億美元（約新台幣 34 億元）的營收。由港星張學友製作之「雪狼湖」大型音樂劇在中國大陸地區僅票房即達 2 億人民幣（約新台幣 10 億元）。此外，日製的音樂節奏敲打遊戲「太鼓達人」，由於不斷提供新版歌曲，不但持續創造營收，目前在台灣更提供手機下載，單月達 3 萬人次下載，且遊戲內容所提供的曲目更成為國內國、高中生琅琅上口的歌曲。因此，本局研提「傳播天音計畫」，即鼓勵國內業者研發或開發新型態之音樂發展，不但可活絡國內音樂市場，同時可藉由海外市場演出及週邊商品，增加海外產值，提升在華語地區之音樂市場佔有率。

5、發展流行音樂主題式觀光行程以帶動音樂消費：協調國內

各項音樂活動辦理時間，以觀光行程概念進行國內外宣傳推廣，吸引鄰近國家或地區之人才及旅客來台追星或聆賞流行音樂演出，帶動觀光風潮。

- 6、兩岸協商與法令鬆綁以健全產業發展環境：由於中國大陸地區盜版情形嚴重，影響唱片出版品之收益，宜藉由兩岸協商解決問題。此外，將開放中國大陸歌手來台發展，以法令鬆綁方式，增加國內業者在華語地區之商業操作空間，增加獲利。

參、近年相關政策及方案之檢討

- 一、97 年以前，由於本局有聲出版相關預算規模小，每年僅能撙節經費集中資源於辦理金曲獎、台灣原創流行音樂大獎、補助樂團錄製有聲出版品、及輔導業者赴海外參加法國坎城唱片展等四項計畫，輔助流行音樂發展之面向有限，且該各項僅屬活動層次，未能以推動產業高度進行有效輔導；98 年相關預算雖已增加 3000 萬元，但該額度仍不足以撐起產業發展之總體需求。
- 二、流行音樂為有聲出版業務項目之一，為資本少、高報酬之產業，且國內創作人才濟濟、音樂製作環境優良、在華語地區具有競爭優勢。目前市場規模縮小、獲利減少，為避免因此使產業發展惡化，亟需政府在資金、市場、法令等各方面之協助，並應規劃相關獎補助措施，增加產業及相關人才根留台灣之意願。

三、金曲獎向為華語地區最重要並具指標性意義之獎項，且為音樂界每年所重視之音樂盛事，惟過往由於預算不足，僅辦理頒獎典禮；為提升金曲獎成為國際級音樂獎項，並藉由金曲獎之平台活絡國內市場、促進產業發展、提升國際音樂專業形象，同時鞏固台灣為華語流行音樂之龍頭地位，應於金曲獎期間辦理相關週邊活動，並加強邀請國際媒體參與及報導。

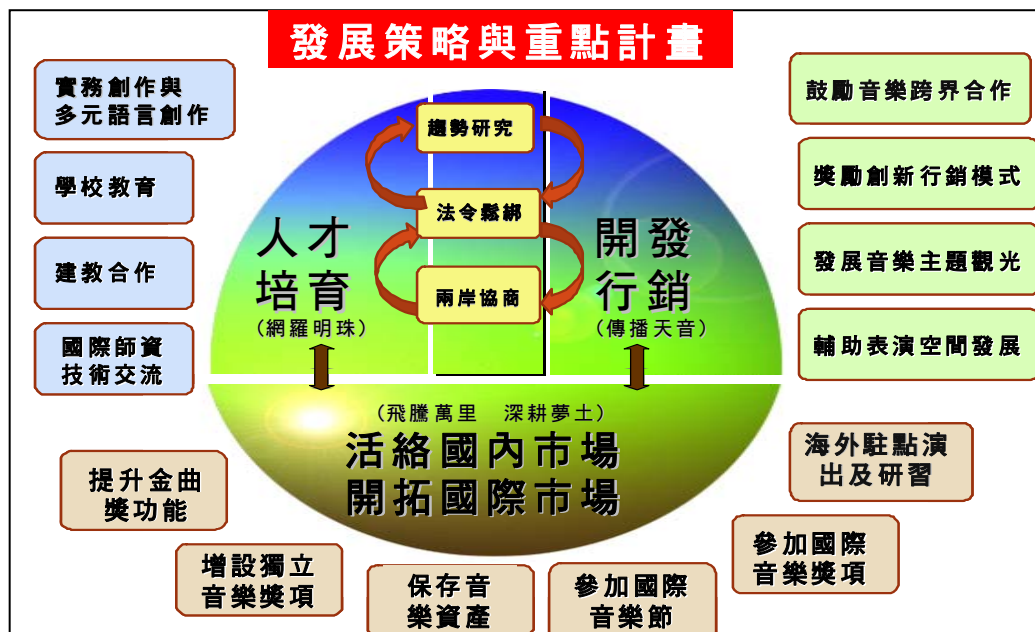
肆、發展策略與重點計畫

一、發展策略

- (一) 以活絡國內市場優先，同時提升華語地區市場產值與獲利，另並應協助業者開發國際市場，及針對業者在人才、資金、技術、宣傳、市場、法令等方面所面臨之困境，提出有效之解決方案。
- (二) 由於傳統之流行音樂經營模式發生遽變，大量創作人才與經營者需要協助，以持續產業中創新與發展的動能，維持台灣流行音樂的優勢。因此，應建立有效之輔導獎勵機制，以刺激業界培育及產出源源不斷之創意人才，發展台灣成為華語流行音樂之創意中心。
- (三) 音樂為所有文化創意產業的核心內容，反映國人生活的型態，因此，應致力於以流行音樂為核心，推動台灣大眾文化產業跨領域之整合，以增加音樂之獲利空間及發揮文化影響力。
- (四) 應重新檢視國內流行音樂之發展環境，以獎補助計畫或行政協調等方式，塑造我國流行音樂產業優質創作與表演環

境，持續維持國際競爭優勢。

- (五) 籌設市場趨勢研究智庫及辦理市場調查及研究，協助業者精確掌握華語及國際音樂脈動，透過產學合作，進行組織性、系統性的資料蒐集及分析，研提相關策略與建議，供政府及民間參考。



二、重點計畫與具體行動方案

- (一) 網羅明珠計畫：人才開發與養成，以厚植發展潛力。

- 1、辦理音樂創作類團體及個人之創、製、行銷培育專案：
台灣流行音樂的優勢在於「音樂製作能力」、「創作人才素質」及「藝人甄選培訓」。鑒於民間創作能量充沛，擬以獎補助方式協助業者開發人才，以有計畫的培育具備才華與意願之人才進軍樂壇，研訂辦理「旗艦型唱片企劃製作與宣傳補助案」及「補助樂團錄製有聲出版

品」。

- 2、**辦理培植多元語言創作人才發展及作品推廣活動**：開創多元語言音樂創作，培植母語音樂創作人才，辦理「台灣原創流行音樂大獎」之母語創作獎勵活動，並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。
- 3、**大專院校或技職學校增設流行音樂專業課程**：由於台灣音樂教育係以古典音樂教學為主，對於有心從事流行音樂創作或相關工作者，僅能選擇自修，或至民間樂器行研習。為讓流行音樂學習更豐富而專業化，將協請教育部協助在大專院校或技職學校增設相關課程，同時聘請資深音樂工作者擔任講座，以利經驗傳承。
- 4、**鼓勵唱片界與教育界產學合作**：研訂並公告辦理有關唱片業與學校合作績效優良之獎勵要點，鼓勵各唱片公司與大專院校或高中職社團合作，以培植人才並增進學界之實務經驗。預計 100 年公告實施，101 年開始辦理。
- 5、**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）進行專業技術與師資交流，研訂交流合作獎勵辦法，以提升國內音樂從業人員技術水準。

(二) 深耕夢土計畫：活絡國內市場、推動法令鬆綁

- 1、**擴大金曲獎意義、辦理金曲音樂週活動**：仿照美國葛萊美獎方式，以整體唱片工業為獎勵對象，除一般熟知之音樂專輯及歌手獎項外，另對錄音、封面設計等技術性獎項予以獎勵，實質表達對唱片工業的重視與肯定，並

藉以提升唱片整體工業水準。此外，為活絡國內唱片產業發展、提供作品與藝人表演舞台機會，除金曲獎頒獎典禮外，將自 99 年起於金曲獎辦理期間，同時籌辦唱片主題展覽、音樂表演、論壇等功能之音樂週活動，並邀請國際媒體來台採訪與報導，向國際展現台灣華語音樂發展之現況與實力。

- 2、**辦理獨立音樂獎項**：為提升獨立音樂製作與表演之多元與創新發展、鼓勵民間活力投入、推動多元活潑的音樂製作與表演風氣，及取得華人最具專業性的獨立音樂獎項地位，有別於金曲獎以語言區分作為獎項，獨立音樂獎項設計將嘗試以樂風區分，並強調原創、現場、獨立專業及符合音樂脈動趨勢，發展台灣成為亞洲獨立音樂之指標性國家，預計自 99 年開始辦理。
- 3、**辦理流行音樂資產保存、典藏及展示**：流行音樂是台灣 30 年來最重要的文化輸出品，為協助音樂文化產業的永續發展，將整理台灣流行音樂史料與資產，並結合音樂資產之典藏、維護、展示等功能，建立史料保存專責。
- 4、**建立公平合理之產業經營環境、輔導發展數位音樂**：因應音樂展演趨勢，將協請相關單位協助音樂展演空間業者解決音樂展演空間（live house）法令管理與定位問題；簡化中國大陸歌手來台演出之行政作業程序等相關作法；另協請經濟部智慧局加強取締盜版外，本局將透過大眾媒體推動使用者付費觀念，並於音樂展演活動中加強宣導，籲請社會大眾尊重個人之創作。此外，並積極協調唱片業者與服務平台間朝向公平、合理之合作機

制，以提高業者產製音樂動能，達成唱片產業與數位產業之雙贏模式。

(三) **傳播天音計畫：創新音樂發展及行銷模式**

- 1、**獎勵製作以音樂為題材跨界合作事項：**音樂為各種文化創意產業之主要內容，具有整合性。為帶動音樂發展的多元化以提升產值，將鼓勵流行音樂與其他產業與結合，製作大型音樂劇、電玩遊戲、歌舞電影及電視節目等，並進行新商品或服務之設計與銷售。
- 2、**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，將以提升優質音樂作品的曝光度，及協助流行音樂產業升級為目標，將鼓勵創新、創意之音樂行銷模式，辦理補助有聲出版品創意行銷專案。
- 3、**輔導辦理國內音樂展演活動與推廣：**為活絡國內音樂活動發展及協助增加音樂表演者演出機會，將規劃辦理資深藝人歌手表演活動與推廣；並鼓勵唱片業者結合觀光產業、展演空間業者、大型音樂節策展單位等籌辦音樂主題觀光旅遊行程團，以增進外籍人士赴台觀光消費外，同時帶動國內音樂演唱活動發展、增加音樂表演者演出機會。
- 4、**表演空間輔導獎助計畫：**由於目前國內除小巨蛋為大型表演場地外，尚缺乏中、小型之流行音樂表演場地，將協助表演空間業者洽覓及進駐經營適當之展演場地，及補助設施之改善與更新，以增進民眾親近及接觸流行音樂之意願，提高節目演出票房，協助國內中小型展演空間發展。

5、**辦理流行音樂市場趨勢研究及市場調查工作**：為協助業者精確掌握華語及國際音樂市場脈動，擬透過產學合作，進行組織性、系統性的資料蒐集及分析，研提相關策略與建議，供政府及民間參考。

(四) **飛騰萬里計畫**：開拓海外華語市場，接軌國際市場，促進國際參與，培植國際型表演實力。

1、**輔導音樂表演工作者赴海外駐點演出及參加國際音樂**

節：由於產業腹地的經濟規模決定了發展的規格，在面臨網路與數位科技對音樂發展的衝擊，向國際行銷台灣原創音樂及演出人員團體，將有助拓展商機，因此，除應積極向華語地區推廣外，將支持及積極輔導音樂表演者參與國際性音樂活動，擴大國際市場的縱深與舞台；除目前輔導有聲出版業者赴法國坎城參加 MIDEM 國際唱片展之外，將以參加英國利物浦、美國 SXSW、歐洲 WOMEX、韓國仁川、日本富士、中國大陸北京摩登天空等音樂節為目標；並將輔導與協助表演者赴國外短期（約 1 個月）巡迴駐點表演，以發揮滲透性之音樂與文化輸出效果，增加觀摩、學習與交流機會。

2、**補助業者及從業人員赴海外研習及參加國際音樂獎**

項：研訂相關補助要點，輔導音樂工作者至海外參加國際型音樂論壇研習活動或參加國際性重要音樂獎項，例如：美國 JPF、葛萊美獎、英國 BBC 等獎項，並協助宣傳造勢活動，以展現國家文化創意之實力，並提升台灣流行音樂的專業形象。

3、協助與中國大陸進行智財權之協商：透過兩岸協商機制，爭取將兩岸音樂著作權保護納入協商議題，以保護國內業者之音樂著作財產權益，同時爭取有利於市場拓展之行政程序的簡化。

三、分年執行策略

本計畫奉核後將分年執行，由於均屬新增計畫，尚需規劃、籌設與研擬獎補助要點之時程，尤其大型音樂展演的活動，尤需至少1年之籌備期。此外，相關計畫並將視需要召開諮詢會議，邀請業界、學界共同提供具體執行建議。另本計畫亦將按照實際執行進度分年編列預算，確實掌控進度。分年執行策略如下表。

名稱 年度	網羅明珠計畫 (人才培訓)	深耕夢土計畫 (獎勵、保存)	傳播天音計畫 (研發推廣)	飛騰萬里計畫 (海外行銷)
99年	1.辦理音樂創作類團體及個人之創、製、行銷培育專案 2.辦理培植多元語言創作人才發展及作品推廣活動	1.擴大金曲獎意義、辦理金曲音樂週活動 2.籌辦第一屆獨立音樂獎項 3.辦理流行音樂資產保存、典藏及展示 4.協助建立數位音樂公平合理之產業經營環境	1.表演空間輔導獎助計畫(含補助辦理音樂表演及補助表演空間設備更新) 2.輔導音樂產業創新行銷模式，辦理有聲出版創意行銷補助案 3.辦理流行音樂市場調查與趨勢研究	1.輔導音樂表演工作者赴加拿大、紐約、香港駐點演出 2.輔導樂團參加法國坎城MIDEM showcase、英國利物浦、韓國仁川及歐洲WOMEX國際音樂節 3.補助業者及從業人員赴海外參加研習、表演、論壇及短期進修等 4.協助與中國大陸進行智財權之協商
100年	1.辦理音樂創作類團體及個人之創、製、行銷培育專案 2.大專院校或技職學校增設流行音樂專業課程 3.獎勵唱片界與	1.辦理金曲獎頒獎典禮及金曲音樂週活動，並籌組金曲音樂觀光行程 2.辦理獨立音樂獎項 3.辦理流行音樂資產保存、典藏及	1.表演空間輔導獎助計畫 2.輔導音樂產業創新行銷模式，辦理有聲出版創意行銷補助案 3.辦理流行音樂市場調查與趨勢	1.輔導音樂表演工作者赴亞洲(如新加坡、馬來西亞、泰國)駐點演出 2.輔導樂團參加法國坎城MIDEM showcase、英國

	<p>教育界產學合 作與鼓勵國際 師資技術之 交流合作多元 4. 辦理培植人才 語言創作及推 發展活動</p>	<p>展示數位音樂、音 4. 發展數位平台音 樂推廣</p>	<p>勢研究製作以音 4. 獎勵主媒材之 樂為大型音樂劇、歌視合 大電玩遊戲及電 舞電影等跨業 節目等</p>	<p>利物浦、韓國仁 川及歐洲 WOMEX 國際 音樂節，並首度 組團參加美國 SXSW 南方音 樂節 3. 補助業者及從 業人員赴海外 參加研習、表 演、論壇及短期 進修等 4. 協助與中國大 陸進行智財權 之協商</p>
101 年	<p>1. 辦理音樂創作 類團體及個人 之創、製、行銷 培育專案或技 2. 大專院校增設流 職學校增設專業課 行音樂專業課 3. 獎勵唱片界與 教育界產學合 作與鼓勵國際 師資技術之 交流合作多元 4. 辦理培植人才 語言創作及推 發展活動</p>	<p>1. 辦理金曲獎頌獎 典禮及金曲音樂 週活動，並籌組 金曲音樂觀光 行程 2. 辦理獨立音樂獎 項 3. 辦理流行音樂資 產保存、典藏及 展示 4. 發展數位音樂、音 樂推廣</p>	<p>1. 表演空間輔導 獎助計畫產業 2. 輔導音樂產 創新行銷模聲 式，辦理有銷 出版創意行銷 補助案 3. 辦理流行音樂 市場調查與趨 勢研究 4. 獎勵製作以音 樂為主媒材之 大電玩遊戲、歌 舞電影及電視 節目等跨業合</p>	<p>1. 輔導音樂表演 工作者赴海外 駐點演出 2. 輔導樂團參加 法國坎城 MIDEM showcase、英國 利物浦、韓國仁 川及歐洲 WOMEX、美國 SXSW 南方音 樂節 3. 補助業者及從 業人員赴海外 參加研習、表 演、論壇及短期 進修等 4. 協助與中國大 陸進行智財權 之協商</p>
102 年	<p>1. 辦理音樂創作 類團體及個人 之創、製、行銷 培育專案或技 2. 大專院校增設流 職學校增設專業課 行音樂專業課 3. 獎勵唱片界與 教育界產學合 作與鼓勵國際 師資技術之 交流合作多元 4. 辦理培植人才 語言創作及推 發展活動</p>	<p>1. 辦理金曲獎頌獎 典禮及金曲音樂 週活動，並籌組 金曲音樂觀光 行程 2. 辦理獨立音樂獎 項 3. 辦理流行音樂資 產保存、典藏及 展示 4. 發展數位音樂、音 樂推廣</p>	<p>1. 表演空間輔導 獎助計畫產業 2. 輔導音樂產 創新行銷模聲 式，辦理有銷 出版創意行銷 補助案 3. 辦理流行音樂 市場調查與趨 勢研究 4. 獎勵製作以音 樂為主媒材之 大電玩遊戲、歌 舞電影及電視 節目等跨業合</p>	<p>1. 輔導音樂表演 工作者赴海外 駐點演出 2. 輔導樂團參加 法國坎城 MIDEM showcase、英國 利物浦、韓國仁 川及歐洲 WOMEX、美國 SXSW 南方音 樂節 3. 補助業者及從 業人員赴海外 參加研習、表 演、論壇及短期 進修等 4. 協助與中國大 陸進行智財權 之協商</p>

103 年	1. 辦理音樂創作類團體及個人之創、製、行銷培育專案 2. 大專院校或技職學校增設流行音樂專業課程 3. 獎勵唱片界與教育界產學合作與鼓勵國際師資技術之交流與合作 4. 辦理培植多元語言創作人才發展及作品推廣活動	1. 辦理金曲獎頒獎典禮及金曲音樂週活動，並籌組金曲音樂觀光行程 2. 辦理獨立音樂獎項 3. 辦理流行音樂資產保存、典藏及展示 4. 發展數位音樂、協助數位平台音樂推廣	1. 表演空間輔導獎助計畫 2. 輔導音樂產業創新行銷模式，辦理有聲出版創意行銷補助案 3. 辦理流行音樂市場調查與趨勢研究 4. 獎勵製作以音樂為主媒材之大型音樂劇、電玩遊戲、歌舞電影及電視節目等跨業合作	1. 輔導音樂表演工作者赴海外駐點演出 2. 輔導樂團參加法國坎城 MIDEM showcase、英國利物浦、韓國仁川及歐洲 WOMEX、美國 SXSW 南方音樂節 3. 補助業者及從業人員赴海外參加研習、表演、論壇及短期進修等 4. 協助與中國大陸進行智財權之協商
-------	---	--	--	--

四、分項衡量指標：

本計畫共分為「網羅明珠」、「深耕夢土」、「傳播天音」、「飛騰萬里」4項重點計畫及16項具體行動方案，各項績效指標分別說明如下表。

重點計畫	具體行動方案	衡量指標	99	100	101	102	103	合計
網羅明珠 (人才培訓)	補助樂團錄製有聲出版品	補助件數	8	8	8	8	8	40
	補助唱片公司旗艦型唱片企、製、宣計畫	補助數量	3	3	3	3	3	15
網羅明珠 (人才培訓)	獎勵唱片公司及音樂平台與學校進行產學合作	獎勵件數	--	3	3	3	3	12
	補助聘用國外師資技術合作	補助件數	--	5	5	5	5	20
	辦理培植多元語言創作人才發展及作品推廣活動	輔導獎勵件數	30	30	30	30	30	150

重點計畫	具體行動方案	衡量指標	99	100	101	102	103	合計
深耕夢土 (獎勵保存)	籌劃辦理金曲音樂表週活動，含音樂表、演週、頒獎典禮、獎金、評審、報名等系統建置及宣傳	參加人次	3.5 萬	5 萬	5 萬	5 萬	5 萬	25 萬
	籌劃辦理獨立音樂獎項，含獎金、典禮、活動宣傳等	參加人次	3 萬	3 萬	3 萬	3 萬	3 萬	15 萬
	輔助辦理流行音樂及資產保存、典藏及展示	輔助辦理件數	1	1	1	1	1	5
	建立公平合理產業環境、輔導發展數位音樂(智財權觀念推廣)	辦理場次	--	1	1	1	1	4
傳播天音 (研發推廣)	表演空間輔導獎助計畫(含補助表演空間設備更新)	補助件數	5	5	5	5	5	25
	輔助辦理國內音樂發展活動與推廣：資深藝人歌手表演活動與推廣、音樂主題觀光活動與推廣	輔助辦理件數	8	8	8	8	8	40
	獎助製作以音樂為主媒材之大型音樂劇、電玩遊戲、歌舞電影及電視等跨界合作	製作件數	--	2	2	2	2	8
	輔導與獎助音樂創新行銷模式(含補助有聲出版品及數位音樂平台推廣)	輔導辦理件數	6	6	6	6	6	30
	籌設流行音樂市場趨勢研究智庫及辦理市場調查及研究	輔導辦理件數	1	2	2	2	2	9
	輔助國內樂團參與國際性重要音樂節及海外駐點演出	輔導團數	15	15	15	15	15	75
飛騰萬里 (海外行銷)	輔助業者及從業人員赴海外研習、表演及參與國際音樂獎項	補助件數	15	15	15	15	15	75

五、執行步驟與分工

(一) 計畫核定及編列預算：本計畫已納入文化創意產業之旗艦

項目之一，並於 98 年 5 月 14 日經行政院通過備查，將由本局每年按計劃爭取編列相關預算。

(二) 計畫執行單位：由本局出版事業處負責執行，至於計畫內容項目與其他部會業務相涉者，由各部會主政或由本局陸續展開協調事宜。

六、跨部會合作分工表：

為擴大流行音樂產業計畫之執行效益，將整合各部會業管之相關工作任務與資源，使各部會各展所長共同推動。各分工項目說明表列如下：

工 作 項 目	主 辦 單 位	協 辦 單 位	預 算	期 程
大專院校或技職學校增設流行音樂專業課程	行政院新聞局	教育部	視需求編列(爭取中美基金)	100-103
建立公平合理產業環境—音樂展演空間(live house)法令管理預定位問題	行政院新聞局、經濟部商業司	縣市政府、行政院文建會	0	99-103
辦理國內音樂活動與推廣：結合觀光業籌辦音樂主題觀光旅遊行程	行政院新聞局	交通部觀光局	視需求編列	100-103
興建南、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	97-103
加強國內音樂盜版取締工作	內政部警政署	經濟部智慧局	0	每年持續辦理中
協助集管團體辦理單一窗口及共同使用報酬率	經濟部智慧局	行政院新聞局	0	99-101
加強國人保護音樂智慧財產權觀念宣導	經濟部智慧局	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協商	經濟部智慧局	行政院新聞局、行政院大陸委員會	0	99--103
簡化中國大陸歌手來台之相關手續或法令鬆綁	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	99-102
國發基金提供各項文化創意產業投融资需求(含流行音樂)	行政院文建會	行政院新聞局	100 億	99-108

伍、期程與資源需求

一、期程：99 年至 103 年，共計 5 年。分年執行預定進度如下圖。

計畫名稱	行動方案	99	100	101	102	103
網羅明珠計畫	辦理音樂創作類團體及個人之創、製、行銷培育專案					
	獎勵唱片界與教育界進行產學合作					
	鼓勵國際師資技術之交流與合作					
	大專院校增設流行音樂專業課程					
	辦理培植多元語言創作人才發展及作品推廣活動					
深耕土計畫	擴大金曲獎意義、辦理金曲音樂週活動					
	辦理獨立音樂獎項					
	辦理流行音樂資產保存、典藏及展示					

	建立公平合理之產業經營環境、輔導發展數位音樂					
傳 播 天 計 畫	表演空間輔導獎助計畫 (補助表演空間設備更新)					
	輔導辦理國內音樂展演活動與推廣					
	獎助製作以音樂為主媒材之大型音樂劇、電玩遊戲、歌舞電影及電視等跨界合作					
	補助音樂產業之創新行銷模式(含補助有聲出版品創意行銷及數位音樂平台推廣)					
	籌設流行音樂市場趨勢研究智庫及辦理市場調查研究					
飛 騰 萬 里 計 畫	補助業者及從業人員赴海外研習、參加國際重要音樂獎項、國際音樂節及海外駐點演出					
	協助與中國大陸進行智財權之協商					

二、經費需求

(一) 流行音樂產業發展旗艦計畫 (行政院新聞局執行)

單位：億元

重點計畫	具體行動方案	99	100	101	102	103
網羅明珠(人才培訓)	辦理培育音樂創作類團體及個人之創、製、行銷企劃專案(含補助樂團錄製有聲出版品及旗艦型唱片企製宣案)	0.2	0.45	0.35	0.35	0.35
	獎勵唱片公司及與音樂平台與學校進行產學合作	--	0.25	0.25	0.25	0.25
	鼓勵國際師資技術之交流與合作	--	0.1	0.1	0.1	0.1
	辦理培植多元語言創作人才發展及作品推廣活動	0.08	0.25	0.25	0.25	0.25
深耕夢土(獎勵保存)	籌劃辦理金曲音樂週活動,含音樂表演週、頒獎典禮、獎金、評審、報名系統建置及宣傳等	0.32	0.5	0.4	0.4	0.4
	辦理獨立音樂獎項,含獎金、典禮、活動宣傳等	0.16	0.42	0.32	0.32	0.32
	辦理流行音樂資產保存、典藏及展示	0.04	0.2	0.25	0.25	0.2
	建立公平合理之產業經營環境、輔導發展數位音樂	--	0.05	0.05	0.05	0.05
傳播天音(研發推廣)	表演空間輔導獎助計畫(補助表演空間設備更新)	0.05	0.1	0.1	0.1	0.1
	輔導辦理國內音樂展演活動與推廣	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
	獎助製作以音樂為主媒材之大型音樂劇、電玩遊戲、歌舞電影及電視等跨界合作	--	0.95	0.95	0.95	0.95
	輔導與獎助音樂創新行銷模式(有聲出版品創意行銷)	0.19	0.40	0.40	0.40	0.40
	籌設流行音樂市場趨勢研究智庫及辦理市場調查及研究	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13
飛騰萬里(海外行銷)	補助業者及從業人員赴海外研習、參加國際重要音樂獎項、國際音樂節及海外駐點演出	0.28	1.0	1.0	1.0	1.0
合計		1.75	5.1	4.85	4.85	4.8

(二) 相關部會預算需求

(單位：億元)

計畫項目	主管單位	94-96	97	98	99	100	101	102	103	104	合計
北部流行音樂中心(工程)	行政院文建會	—	0.4	1.25	1.3	10.27	9.14	9.19	8.45	—	40
北部流行音樂中心(軟體)	行政院文建會	0.8	0	0.1	0.195	0.4	0.765	1.11	2.13	—	5.5
海洋文化及流行音樂中心(工程)	行政院文建會	—	—	0.19	0.63	7.18	11.025	11.055	11.245	8.675	50
海洋文化及流行音樂中心(軟體)	行政院文建會	—	—	0.1	0.15	0.99	0.87	0.84	0.79	0.76	4.5
數位內容產業發展躍進計畫	經濟部工業局	—	—	—	0.05	0.05	0.05	0.05	—	—	0.2

陸、預期效果及影響

- 一、提升台灣流行音樂之創、製、銷能量，帶動產業創新及升級，99年至103年之5年總產值突破500億元。
- 二、創造工作機會、吸引人才回流，5年就業人數由1400人增加為2800人，使台灣流行音樂人才運用率達到100%。
- 三、提升國內數位音樂產值，協助產業轉型，每年獲利至少成長達2億元以上。
- 四、提供資金協助，提升產業發展動能，促進業者每年相對投資約3,500萬元，5年至少達17,500萬元。
- 五、輔導優質音樂唱片業者，提升市場競爭力，5年至少15家以上。
- 六、促進唱片業培植演唱新人或團體，再造明星級音樂產業人才，每年至少3組，5年可達15組以上。
- 七、輔助參與國際音樂活動，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。

柒、附則

一、替選方案之分析及評估

本計畫乃依據國內、外流行音樂產業最新發展情形，從目標設定、策略方法、實施計畫、及預期成果等，經過多次徵詢學者專家意見，並檢討現今作法後，所研議對提振產業之應辦事項。鑒於本計畫有其急迫性及必要性，因此無備用或其

他替選方案。

二、有關機關配合事項

本計畫將透過跨部會協商，邀請教育部、行政院文建會、交通部觀光局、經濟部商業司、經濟部智慧局、行政院大陸委員會等相關機關進行跨部會合作；同時，更鼓勵協調縣市政府、流行音樂產業界、學界、相關公協會等共同參與，以提高整體執行成效。