

出國報告（出國類別：考察）

## 2012 年法國坎城 MIDEM 國際 唱片展暨巴黎演唱會訪察報告

服務機關：行政院新聞局

姓名職稱：曾簡任編譯金滿

派赴國家：法國

出國期間：101 年 1 月 26 日至 2 月 3 日

報告日期：101 年 3 月 19 日

## 目次

壹	目的	第 2 頁
貳	主要行程及訪察紀要	第 4 頁
	一 坎城 Midem 國際唱片展訪察紀要	第 4 頁
	二 巴黎演唱會訪察紀要	第 13 頁
參	檢討與建議	第 17 頁
肆	附件	第 25 頁
	一 媒體報導一覽表	
	二 活動照片	

## 壹、目的

為拓展台灣音樂之國際市場，提升臺灣流行音樂品牌與專業形象，本局自 1995 年開始於法國坎城 Midem 國際唱片展籌設「臺灣館」，輔導音樂出版業者組團前往參展，同時於近幾年積極向 Midem 主辦單位推薦並爭取國內音樂表演團體前往演出。

法國 Midem 國際唱片展創立於 1967 年，每年 1 月下旬在坎城舉行，展期 4 天，為目前全球最具規模之國際音樂專業展，Midem 法文 Marche International du Disque、de L'edition Musicale et de la Video Musique 即指「國際唱片、音樂版權與影像音樂的市場」；該展每年均有來自全球上百個國家有關音樂出版、錄音、發行、版權、表演、數位、行動及 IT 等產業人士聚集，進行商務交易、意見交流、發展趨勢討論、專業演出等。

2012 年 Midem 國際唱片展於 1 月 28 日至 31 日舉行，臺灣係第 17 年以國家館名義參展，相關展務工作規畫、執行及行政申請工作則委由大京藝術創新有限公司辦理。在執行策略上，首度將全球華語音樂市場具代表性之樂團「五月天」、「Matzka」及歌手嚴爵推薦至 Midem 演出，並透過臺灣館活動、國際媒體宣傳等方式，引起全球參展廠商之關注，同時於臺灣館提供國內唱片業者相關文宣 DM、臺灣流行音樂產業資訊之電腦設備，以及設置專人負責到館洽商之接待

與諮詢工作，以期提高臺灣館之商機。此外，為向國際展現我國音樂表演者的實力，並於法國 Midem 國際唱片展演出後，另安排五月天等三組團體於巴黎「沙發劇場」(Le Divan du Monde) 另演出一場。

本次考察主要係為瞭解本年展務相關工作執行情形，並實地瞭解國際唱片市場最新發展與趨勢概況、台灣唱片界參與該市場展交易情形、及瞭解我國表演團體赴法國於 Midem 及巴黎演出情形。

## 貳、主要行程及訪察紀要

### 一、坎城 Midem 國際唱片展訪察紀要

#### (一) 2012 年展館概述：

- 1、背景說明：坎城 Midem 國際唱片展係全球唱片工業最大的交易展場，致力於推動音樂發展，且透過面對面商務交易、意見交流、演說座談、趨勢分析等，為全球業界提供趨勢發展之討論平台與解決方案，及建立國際間之音樂夥伴關係。該展為法國政府支持之商業性音樂交易展，由 Reed Midem 國際公司策劃。
- 2、活動及服務項目：Midem 唱片展成立之初僅屬純商業性質之展場，協助各國唱片業進行版權交易，惟隨著音樂發展趨勢的多元化，該展亦發展出周邊功能，例如：研討會議、演講、現場音樂會等活動，提供業者交換業界經驗交流與學習的場域。此外，主辦單位每年均根據報名廠商資料製作「Midem Guide」，登錄各參展廠商特色及聯絡資訊，同時製作節目手冊，詳細介紹當年 Midem 各項節目及活動資訊，分發給各廠商報到時運用；不同於以往，本年 Midem 主辦單位並未再提供製作精美的節目手冊，而改用約 32 頁報紙大小之節目單替代。

- 3、交易展示 (Exhibition)：由於音樂載體的變革，交易模式也逐漸由親訪洽商改為網路洽商，再加上近幾年受到經濟不景氣影響，參展攤位逐年減少，2012 年更發生傳統與古典音樂類型攤商出走的窘況，據瞭解，許多傳統與古典音樂類型之唱片公司受歐洲 Womex 音樂節的邀請，已轉而將參展目標移往該音樂節，導致 Midem 參展攤位大量減少，但具大眾流行音樂屬性及數位音樂服務公司在 Midem 唱片展的參與度仍相當踴躍；另一方面，Midem 主辦單位也重新規畫展場，原歷年使用的展館 Palais des festivals 地下一樓改為接待中心、媒體中心、會議室、演講廳及報到處，所有廠商的展館則移至 Riviera hall，根據目測，2012 年參展往來人潮已大不如前。
- 4、會議 (Conference)：本活動係以演講、座談、工作坊等方式進行，每年均設定業者關切議題，讓全球音樂產業菁英共同探討與對話。2012 年較為受矚目的節目應屬邀請幾位與產業相關之重量級人物蒞臨現場演說，包括美國可口可樂公司代表 Wendy Clark 與葛萊美獎得主英籍藝人 Mark Ronson 共同主講企業與音樂合作案例；Facebook 代表 Dan Rose 演說有關社群網站對音樂產業與消

費習慣的影響；上奇廣告（Saatchi&Saatchi）總裁 Kelvin Robers 演說有關從建立品牌忠誠度談音樂行銷；以及以「憤怒鳥」（Angry bird）風靡全球的遊戲開發商芬蘭 Rovio 總裁 Mikael Hed 演說有關憤怒鳥遊戲獲 5 億次以上下載之成功案例與手機應用的未來等。

- 5、音樂演出（Concert）：本年音樂現場表演分為「Midem Festival」、「Midem Off」、「Made in Taiwan」及「Classical Night」四項主要表演活動。「Midem Festival」安排三個晚上邀請具潛力之藝人作現場表演，本年邀請表演嘉賓則為來自英國的另類搖滾團體聽聽樂團（The Ting Tings），其餘均為法國藝人；「MIDEM Off」則是在展場周邊提供 Morrison Irish PUB、Morrison Lounge、Black Pearl、DaDaDa、La Fnac 及 L' Appart 等表演場所安排藝人演出，每個場地每天均有 4 個演出節目，除提供 Midem 參展商舒適的聽音樂及休憩場所外，並開放給當地社區民眾參加，本年演出主題包含硬地音樂之夜（Indie Night）、加拿大潮流（Canada Blast）、澳洲音樂盒（Austrian Music Box）等；另 Midem 主辦單位並於節目經紀公司 Harrison Parrott 合作在 1 月 30 日晚上舉辦一場古典音樂

會，節目中特別邀請世界知名之小號手 Alison Balsom (英籍)、The ORCPACA 管弦樂隊指揮家 Philippe Bender (法籍) 及 鋼琴家 Behzod Abduraimov 等參與演出。最令人矚目的是，本年在演出節目單中係專章介紹 1 月 29 日臺灣之夜「Made in Taiwan」，並將臺灣之夜作為本年 Midem 的主秀 (Key music event)，安排於 Midem 最大主展館 Salon des Ambassadeurs 演出，同時內文並刊登本次代表團體五月天、Matzka 及嚴爵等 3 組藝人介紹及演出訊息。

- 6、結合法國音樂獎項辦理頒獎典禮：本年 Midem 最不同於以往的做法，就是將法國一年一度的最大音樂獎項 (ARJ Music Awards) 移師至坎城，並配合在 Midem 國際唱片展展期期間辦理；頒獎典禮於法國時間 1 月 30 日晚上舉行，主辦單位同樣準備了星光大道，粉絲的尖叫聲隨著入圍者或頒獎者的入場此起彼落，該獎項由法國 TFI 電視台主辦，並於當日晚上由該台直播頒獎典禮情形。

## (二) 台灣館辦理情形

- 1、展館規劃：由於本年 MIDEM 主辦單位將攤商位置重新規畫，本年臺灣館位置亦重新調整至 3 樓 Lerins 樓層，該位置背向海邊，採光及視野極佳，



現場備有桌椅、茶水、點心等，提供參展商使用，符合洽商需求。鄰近館商則分別為土耳其和巴西，同樓層尚有丹麥、芬蘭、澳洲及法國等國家館。此外，為讓訪客能即時瞭解並感受來自臺灣的音樂，特別於現場擺設 5 臺平板電腦提供音樂聆聽，同時以電漿電視播放 3 組藝人的音樂影片，根據估算，MIDEM 國際唱片展期共 4 天，即已湧進至少 3000 人次到館參觀或洽商。

- 2、文宣：延續上年「iTaiwanMusic」為主軸，2012 年並以「音樂臺灣」進行主視覺設計，廣泛運用於本年台灣館場佈、平面與網站文宣及紀念品運用等，整個展場係以紫色為主色調，並在臺灣館接待處佈置台灣特有之天燈，相當具有臺灣味。另為配合本年宣傳策略，並於 MIDEM 官方網站及刊物宣傳 3 組藝人演出訊息。
- 3、宣傳品：為強化展館對臺灣音樂及代表臺灣表演藝人的印象，本年特別設計製作以宣傳臺灣之夜演出訊息之酷卡、以介紹臺灣音樂之 4G 容量 USB（內含臺灣參展廠商介紹、參展廠商所製作發行之音樂作品、金音創作獎得獎作品及臺灣原創流行音樂大獎得獎作品）、及加深臺灣館整體視覺印象之便利貼等文宣品，此外，也將華語最具指標

音樂獎項金曲獎得獎合輯（非賣品）擺設在館內，提供各國廠商自由索取。

- 4、國內廠商參與概況：本次國內招商業務於 100 年 9 月開始進行，並在 10 月 25 日前即完成招商說明會，開放廠商報名，12 月 30 日確認參展廠商並舉辦行前說明會，惟本次展期適逢台灣農曆春節假期，影響廠商參與意願，報名廠商共有 7 家，計有艾拓邦、映像國際、金牌大風、靜思人文、如是我聞、瑋秦、福茂唱片。

### （三）「臺灣之夜」（Made in Taiwan）演出及宣傳情形

- 1、MIDEM 官網宣傳：2012 展期開始前，Midem 即於官網顯著位置推薦臺灣 3 組表演團體（詳 <http://www.midem.com/en/festival/made-in-taiwan/>），除提供關於台灣之夜演出時間、地點及 3 組藝人曲風、特色等訊息外，並以 Midem 2012 key music event 說明本次演出活動的重要性。
- 2、Midem 刊物宣傳：為介紹 Midem 每日活動及節目，Midem 每年均出版節目手冊提供參展人自由取閱，本年在音樂節目表中也特別以專頁及圖文方式介紹「臺灣之夜」（Made in Taiwan）的表演活動；此外，Midem News 於展期間每天出刊（本年共 3 期），主要係刊載當日重要活動訊息及前一天重要

活動成果，本刊物在第二天以跨頁形式刊載「Taiwan at Midem to Open Doors in and out of Mainland China」專文訪問本次臺灣館策展廠商大京藝術公司創意總監嚴子貿先生外，並刊登五月天等 3 組藝人演出資訊，在第三天臺灣之夜表演後，則分別刊登五月天、Matzka 及台下歌迷熱情回應的照片，占全版二分之一的篇幅。

- 3、舉辦國際媒體記者會：由於本年展演活動自展前半年前即開始縝密籌畫，也因此獲得 MIDEM 主辦單位高規格之禮遇接待，其中，最大突破即由 MIDEM 主辦單位配合臺灣館舉行正式國際記者會，由 MIDEM 主辦方向各國媒體發出採訪通知，並在臺灣館擺設列有 Midem 標誌之官方講台，同時在記者會前並由 Midem 主辦單位發出媒體拍攝通告（Photo call），該媒體拍攝通告僅有在國際級一線藝人到展時才能享有的高規格宣傳禮遇，讓臺灣館及代表藝人成為今年所有參展商最矚目的焦點話題。國際記者會法國時間 1 月 28 日下午 2 時在臺灣展館登場，隨團參展的主持人 Ruby 以英語開場宣布 3 組台灣藝人在 Midem 演出的相關訊息，並慎重介紹 3 組藝人的音樂特色，在現場歡呼聲中讓 3 組藝人分別上台接受媒體拍照。五月天主

唱阿信在記者會表示，華語音樂有 15 億人口的市場規模，而台灣則是華語音樂與藝人產出的重要指標，值得全球音樂界更多的關注，Matzka 除以原住民語跟大家打招呼外，並表示他們很高興有機會以他們風靡中南美的雷鬼樂與國際交流，嚴爵則以流利的英文表達他要以豐富的音樂性及融合個人特色的演出，讓大家感受他的創作誠意。至於由 Midem 主辦單位廣邀法國及國際媒體針對 3 組藝人所發出的 Photo Call 通知，係 Midem 際唱片展辦理四十多屆以來，即代表 3 組藝人將持續幾天佔據 Midem 相關報導的重要版面，而從當日國際媒體群聚達 20 餘人的拍照盛況，的確已創下華語藝人的歷史記錄。

- 4、正式演出：臺灣之夜在法國當地時間 1 月 29 日晚上 7 點登場，代表臺灣表演的五月天、Matzka、嚴爵輪番上陣演出，均為獲金曲獎入圍肯定的個人及團體，音樂素養、舞台魅力及台灣特色均優，獲 Midem 主辦單位的肯定與邀請，並安排僅提供國際一線藝人演出的主秀場 Salon Ambassadeurs，這是史前無例華語藝人首度晉身 Midem 主秀場館演出，每組藝人約演出四十五分鐘。此外，本年並與 Midem 主辦單位協調，開放部分入場券供當地人

士置網路下載登記索取，因此現場除參展之國際音樂專業人士外，並有來自法國當地、歐洲鄰近國家、甚至遠自臺灣的一般民眾參加。

節目由飛碟電台節目 DJ Ruby 擔任主持人，她以英、法文開場歡迎國際音樂人士、媒體與觀眾光臨欣賞，並介紹五月天等 3 組藝人均曾獲得華語最高榮譽獎項金曲獎的肯定，並逐一介紹每組藝人特色。接著首先登場的是近期風靡台灣，並且在中南美巡迴演出大獲成功的 Matzka，Matzka 以原住民的吶喊開場讓大家感受不凡的氣勢，並帶領大家進入雷鬼樂的狂野氣氛，連外籍觀眾也跟著他們的音樂，不知不覺地手舞足蹈起來。緊接登場的是台灣新生代創作才子嚴爵，其清新帶有爵士風的創作，帶給台下觀眾截然不同的音樂感受，且同時展現電鋼琴、吉他等演奏天分，秀足全方位藝人的真本事，並以濃郁的爵士風獻唱中文名曲「夜來香」，帶動現場華人歌迷的齊聲唱和。最後五月天壓軸登場，首先以歌曲「孫悟空」熱力開唱，並陸續獻唱「軋車」、「離開地球表面」、「溫柔」、「知足」等經典歌曲，除令全場樂迷尖叫不停，來自不同國家的國際人士，亦跟著歌曲舞動，並忙著拿相機捕捉五月天的風采；主唱阿信開玩笑說今晚雖然沒有

瞧見五萬名觀眾，但有聽見五萬人的呼喊效果，石頭則以流利英文與現場觀眾打招呼，並歡迎大家到台灣聽五月天演唱會。

## 二、 巴黎演唱會訪察紀要

### (一) 規劃說明

為開拓台灣音樂國際市場、提升國內音樂表演團體之國際表演經驗及增加宣傳效益，本次除安排3組藝人參加2012年法國坎城Midem國際唱片展之外，並於2月1日晚上安排8時在巴黎「沙發劇場」(Divan du Monde)演出，邀請法國媒體、藝文音樂人士參加，以宣揚台灣流行音樂，並讓旅居巴黎及鄰近國家地區的華語人士、僑民等藉此機會欣賞台灣流行音樂。

### (二) 場地介紹

「沙發劇場」位於巴黎最著名的藝術演展區，距離紅磨坊約10分鐘步行時間，以世界音樂會、國際影像展演著稱，為該區十大最佳展演場所之一，近年來該劇場並積極安排亞洲團體至當地演出，場地可容納500人，分為上、下兩層樓，於2010年曾經重新裝修，屬於中小型展演場地。本年特規劃1樓提供一般民眾觀賞區，2樓則作為提

供當地媒體、國際經紀公司、貴賓、藝文人士等觀賞及交誼場所。

### (三) 演出宣傳

巴黎「臺灣之夜」於 2 月 1 日演出，但演出訊息在售票前 4、5 個月即開始在當地醞釀，引起歐洲華語樂迷的注意。此外，為延續 2012 年法國坎城 Midem 國際唱片展的好評熱潮，五月天、嚴爵、Matzka 與代表團，在本局許副局長秋煌率領下，於巴黎時間 2 月 1 日的晚間演出前先舉行「臺灣之夜」國際記者會，許副局長在記者會致詞時，除感謝國際媒體的關注，也表示臺灣是一個孕育創意的寶島，為拓展臺灣流行音樂產業邁向國際市場，新聞局積極輔導國內音樂業者參與國際上的重要音樂展會，除了強化臺灣流行音樂在國際上的能見度，促進臺灣流行音樂與國際商務的交流，更希望藉此讓臺灣優秀的歌手藝人有更多站上國際表演舞台的機會；駐法國代表處呂慶龍代表也特地出席記者會，表達對華語流行音樂拓展歐洲市場的支持與鼓勵。

### (四) 演出情形

巴黎「臺灣之夜」於 2 月 1 日晚間 8 點開演，訊息在售票前 4、5 個月即開始在當地醞釀，引起歐

洲華語樂迷的注意，約莫於本年 2 月出才正式公布演出資訊，票券開賣不到 2 小時便全數售罄，除法國當地華語樂迷外，還有來自歐洲、英國、美國等地歌迷，可見華語流行音樂在全世界形成的影響力已不容小覷。演出當日下午劇場門口即已出現長長的排隊人龍，亦有粉絲因為沒有購得票券部無法進入，但在節目開演後仍含淚等待機會，不肯離去。

正式開演後人潮擠爆現場，成績令國際人士刮目相看；開場演出的 Matzka 樂團以極具原住民特色的吶喊劃開序幕，尤以原住民唱腔結合雷鬼樂風格的演唱方式，頗具震撼效果，隨後登台的嚴爵則以獨特嘻哈曲風重新演繹華語經典歌曲「夜來香」，獲得臺下樂迷熱烈回響，而壓軸演出的五月天樂團則在觀眾高聲呼喊中登台，一連演唱「孫悟空」、「溫柔」、「戀愛 ing」等歌曲，根據觀察現場還有不通曉華語的外籍觀眾也能跟著樂迷一同哼唱，顯見五月天的音樂仍有其跨國際的吸引力，主唱阿信也再度展現與歌迷互動的魅力，表示：「聽說今天是巴黎今年以來最冷的一天，但他卻覺得此刻的溫度比臺北的夏天還要熾熱，希望到場觀眾盡情享受吶喊，讓巴黎、全世界、



全宇宙都感受到今晚的熱情。」3組藝人不負眾望的精彩演出，也讓巴黎「臺灣之夜」在全場觀眾的熱情高呼中圓滿落幕。

## 參、檢討與建議

### 一、整體效益評估

- (一) 行銷策略得宜、創造臺灣館熱潮：因應中國大陸市場的崛起、全球湧現學中文的熱潮等趨勢，本年特別將宣傳主軸定位為「臺灣音樂為華語市場、中國大陸市場之指標，要瞭解中國大陸市場，必須先瞭解臺灣音樂」，並且透過臺灣館活動、國際媒體宣傳等方式，引發全球參展廠商高度興趣，因此，臺灣館除提供豐富的國內唱片業者文宣 DM，並有電腦設備隨時提供臺灣流行音樂產業資訊，同時館內各參展商及專業經理人積極為想進入華語音樂市場的國際業者提供合作窗口，也讓臺灣館所創造之商機相當令人期待。唱片展於 1 月 31 日閉幕，臺灣館透過上述策略，成功的成為今年最熱門之展館，每日到訪、洽商人潮不斷；另據 Midem 主辦單位與許多國際資深經紀人表示，今年坎城參展人士聚集的餐館、咖啡廳以及飯店大廳與會場，大家所關注的熱門焦點與話題並非地主法國會館或者主辦方英國館，而是非慣例的談論臺灣館，成為 Midem 開展以來難得的現象，展期期間即有來自西班牙、南美、德國、俄羅斯等地的唱片娛樂集團或表演經紀公司，到

臺灣館詢問合作機會，其中亦不乏國際知名媒體，如德國國家廣播電台，除報導臺灣流行音樂產業訊息，亦希望能接洽臺灣前往德國表演等事宜，其他國際媒體及表演策展廠商，如法國國家廣播電台 RTF、俄羅斯 Familia Group、Tokyo TV 日本著作版權管理協會等，亦相當踴躍地趕在開幕前造訪臺灣館，進行拍攝報導或與參展代表團洽商，也讓臺灣館在訪客絡繹不絕的盛況下，為本次參展畫下完美句點。。

(二) 演出團隊具代表性、成功提升臺灣音樂品牌形象：為讓國際人士瞭解臺灣音樂，本年策略重點亦包含把全球華語音樂市場最具代表性的歌手團體帶到法國進行演出，並透過宣傳，引發參展國際人士的注目與好奇。本次演出活動自展期開始半年前即開始縝密籌畫，經過國內策展單位大京藝術公司與 Midem 主辦單位不斷的交涉與協商，獲得主辦單位國際級高規格的禮遇接待，例如配合臺灣館辦理國際記者會、發出國際一線藝人媒體拍攝通告、在 Midem 每日刊物刊登新聞等，在坎城演出之後，根據瞭解，出席「臺灣之夜」的日、韓、歐美等國際人士均一致肯定三組藝人的表現，其中知名澳大利亞「野人花園」製

作公司代表表示，五月天的演出，無論是創意、舞台表演、契合度等均屬一流，更用 perfect 形容音樂編曲，而與樂迷互動的親和張力則令人印象深刻。另有國際專業音樂創作者稱讚嚴爵的表現甚令人喜愛，為具有發展潛力的新人。至於 Matzka 樂團，現場有不少國際經紀公司立即洽詢邀演事宜。「臺灣之夜」讓許多到場的國際音樂人士、外國媒體及觀眾見識到台灣歌手的演藝能力，促使他們重新思索華人歌手演藝團體在歐洲，乃至於全世界的發展可能。此外，3 組藝人演出在坎城一鳴驚人後，在巴黎的成功演出更加深國際人士的印象，獲得許多參展的國際媒體及演藝經紀公司高度關注，包括來自芬蘭的 HS.fi、日本全方位演藝經紀人 Yumi Mashiki、法國國際廣播電台(RFI)等國際媒體、經紀代表，除積極詢問未來是否有機會邀該 3 組藝人前往各地演出外，也獲國內外媒體爭相報導（如附件一），更有國際媒體不約而同地讚譽五月天為華語樂團的披頭四，臺灣今年以超強卡司的表演陣容，讓國際看見臺灣流行音樂的軟實力。另本次並邀請國內知名 DJ 吳建恆與 Luby 同行，除現場見證臺灣音樂在國際的表演實力外，同時對於引薦國內外

音樂發展與趨勢交流，更有深度與長遠的意義；吳建恆在回國後即於中廣流行網所主持的「娛樂 E 世代」向聽眾介紹本年參展心得及專訪大京藝術公司主要策展人嚴子賢先生，並於 2 月 10 日及 2 月 24 日在聯合報「青春名人堂」專欄以「坎城臺灣之夜正美麗」及「走向世界的偶像及音樂」為題，述說參與 Midem 的觀察與心得，且將在展覽會場帶回的國際音樂專輯陸續在廣播節目中介紹給國內聽眾。

## 二、心得與建議

(一) 未來參展之評估：Midem 於 1967 年開展後，已具備相當之歷史與規模，成為每年音樂專業人士必要朝聖之地，提供全球不同音樂風格展現的專業場域，屬專業表演的音樂市場，所以為各國向國際行銷藝人歌手最佳的管道；臺灣已連續多年安排國內藝人在坎城國際舞台表演，讓國際人士驚艷，足見我國表演實力不容忽視，尤以今年行銷策略成功，主軸清楚，3 組藝人又各具風格及代表性，讓整個坎城唱片展充滿了濃濃的臺灣味，已創造出臺灣音樂品牌的好口碑，因此，倘能持續辦理，勢必能延續今年的效應，在現有基礎下讓臺灣音樂藉由 Midem 參展平台站上國際舞台；另一方面，隨著實

體 CD 市場的萎縮、數位音樂與現場演唱的商業模式發展，在加上全球各地音樂節陸續開辦，以及傳統古典音樂廠商自 Midem 出走，2012 年 Midem 唱片展規模已經不如以往，且由於向主辦單位租用展館、刊登宣傳廣告及附近旅館住宿費用年年升高，而主辦單位又於近年取消為表演藝人安排的免費住宿、專車接待等禮遇，讓各國參與意願亦不若歷年，因此，我未來是否持續配合參展，抑或是配合參展之力度，仍應持續觀察 Midem 主辦單位對該展的規畫走向及進行整體效益評估。

- (二) 國際宣傳與公關：臺灣在華語音樂市場具有代表性地位，但不可否認，無論是歐美國際音樂專業人士或國際媒體，對於台灣音樂及藝人仍感到陌生，即使演出當天表現精采，仍應策略性的引導媒體或國際音樂人士認識臺灣音樂及藝人，才能有獲得媒體關注報導的可能，舉例而言，本年代表的 3 組藝人各具風格特色，五月天更已是華語音樂天團，為強化該 3 組藝人予人之印象特色，國內負責之策展公司除應適時向國際推介 3 組藝人音樂風格外，更需提出該 3 組藝人在華語市場之成就說明或數據，例如，五月天演唱會無論在臺灣、中國大陸等地，售票總是秒殺完成，且 3 組都曾獲華語最高音樂獎項

金曲獎的入圍或得獎，而金曲獎之於華語音樂的地位，就如同歐美的葛萊美獎一樣，具有指標性意義。也因為上述作法，讓國際音樂專業人士、演出公司、媒體等對該 3 組藝人的瞭解有具體的切入點，並能進一步思考是否與該 3 組藝人洽商後續合作事宜。此外，倘 3 組藝人能適時的配合接受國際媒體採訪，對於媒體報導意願則更能加分。

- (三) 開拓國際音樂市場之省思：文化創意產業已成為當前各先進國家政府的重要經濟與文化政策，如南韓、日本、加拿大、澳洲、新加坡等國家，無不積極思考提振音樂文化發展的政策，以開拓創意產業國際市場、提升文化影響力。台灣流行音樂產業在華語音樂的指標性地位具備國際競爭優勢，近年來本局亦積極推薦國內樂團及歌手參與國際重要音樂節，上（100）年即已參加法國坎城 Midem 國際唱片展、英國利物浦 Sound City 音樂節、北京摩登天空音樂節、加拿大 CMW 音樂節、美國南方 SXSW 音樂節、北京草莓音樂節、日本富士 Fuji Rock 音樂節、日本夏季音速 Summer Sonic 音樂節、加拿大蒙特婁音樂節、美國紐約 CMJ 音樂節等 11 項，同時成功推薦胡德夫、Matzka、魏如萱、董事長、旺福、回聲、Tizzy Bac 等 40 組以上樂團及歌手人員，分別

赴前述音樂節參與演出，較 99 年僅參加 4 項國際音樂節、推薦 13 組樂團歌手參與，更大幅增加。有關擴大參與國際音樂活動，主要目的在於讓國內樂團、歌手與國際樂團、歌手有更多機會交流與觀摩，期國內唱片公司、經紀公司或是藝人，均能藉由站上國際舞台的機會，重新認識、評估、與定位自己的發展潛能與特色，並提高自身格局，才能進一步往國際市場邁進。而參與音樂節只能算是開端，事實上，國際市場包含了華語與非華語之人口地區，而目前全球華語更有 15 億人口的市場實力，我國歌手藝人若能獲國際策展公司之協力拓展市場，則台灣流行音樂跨越國界、引領風潮之商機必指日可待。

(四) 國內音樂發展之省思：Midem 論壇主題向為流行音樂發展之趨勢指標，討論議題確實可提供流行音樂業者重新思考發展新的營運發展模式。在過去幾年來，Midem 已連續多年將議題焦點集中於品牌塑造（藝人經紀）與行銷、數位與網站發展及跨產業發展等，並洽邀國際成功案例之公司負責人蒞臨演講，期能啟迪產業界的新思維；倘以 Midem 論壇主題之趨勢指標檢視國內流行音樂政策，則「流行音樂發展行動計畫」之方向措施應大致無誤，惟由於



國內音樂公司普遍面臨轉型關鍵，除在現有商務模式下持續讓公司運作與獲利外，尚需有更多空間、資金、人才與膽識，積極從事更具前瞻性與格局的創意作為，因此，如何有效促成流行音樂產業與其他產業間的橫向聯繫與瞭解、開闢新型態音樂發展通路與內容、創造跨產業合作的雙贏、同時引介民間資金的投入，才是輔導產業長久而正向發展的作法，而此節則有待政府與民間共同努力。

# 附件一

## 國內外媒體報導一覽表

日期	媒體	標題	
1	1/27	自由時報	五月天年後收心 出征法國唱片展
2	1/27	Actualite Musique	MIDEM 2012 : concert Made in Taiwan gratuit pour le public
3	1/28	REUTERS	<a href="http://news.yahoo.com/photos/world-events-1316137200-sli-deshow/taiwanese-alternative-rock-band-mayday-poses-during-midem-photo-170946770.html">http://news.yahoo.com/photos/world-events-1316137200-sli-deshow/taiwanese-alternative-rock-band-mayday-poses-during-midem-photo-170946770.html</a>
4	1/28	REUTERS	<a href="http://ph.news.yahoo.com/photos/taiwanese-alternative-rock-band-mayday-poses-during-midem-photo-171146038.html">http://ph.news.yahoo.com/photos/taiwanese-alternative-rock-band-mayday-poses-during-midem-photo-171146038.html</a>
5	1/28	Nice	MIDEM2012:Les nouvelles technologies au Coeur de la musique
6	1/29	midem	MADE IN TAIWAN
7	1/29	CHINADAILY	Celebrities attend NRJ Music Awards
8	1/30	hi 好酷	五月天嚴爵康城開騷受關注 (圖)
9	1/30	自由時報	五月天騷動歐洲 國際媒體矚目
10	1/30	明報	五月天嚴爵康城開騷受關注
11	1/30	hi 好酷	五月天嚴爵康城開騷受關注
12	1/30	成報	五月天參與康城唱片展
13	1/30	青年日報	MIDEM 唱片展 法高規格禮遇臺灣藝人
14	1/30	Yes 娛樂	五月天魅力席捲坎城 俄羅斯也出手搶人
15	1/30	Taiwan Today	ROC popsters take center stage at France's MIDEM
16	1/30	Focus Taiwan	Taiwanese pop group wins rave reviews at French music festival
17	1/30	中央社新 聞網	五月天無懈可擊 嗨翻坎城

日期	媒體	標題	
18	1/30	eTV 傳媒	五月天/MATZKA / 嚴爵 MIDEM 開唱 獲國際音樂人士好評與肯定
19	1/31	聯合早報	五月天嚴爵遠征康城
20	1/31	蘋果日報	五月天巴黎開唱秒殺 黃牛票貴 1.5 萬元
21	1/31	ETtoday	五月天奔到法國去 門票被喊價 1.5 萬台幣嚇壞團員
22	1/31	KKBOX	台灣之光！五月天、MATZKA 唱進法國嗨翻 MIDEM
23	1/31	TVBS	(獨家)五月天法國開唱 老外聽不懂一樣 HIGH
24	1/31	HS.fi	Aasian poptähdet hamuavat länsimarkkinoille
25	1/31	Taiwan Info	Belle soirée cannoise pour la musique taiwanaise
26	1/31	魅麗聖經	五月天嚴爵坎城輪翻開唱獲國際人士好評肯定
27	2/1	Japan Today	Asian Stars woo Western record market
28	2/1	原民台	MATZKA 登坎城 演出排灣歌曲
29	2/2	中央社新聞網	五月天等 3 團 唱掀巴黎小廳
30	2/2	中央社新聞網	五月天等 3 團 唱掀巴黎小廳 (圖)
31	2/2	中央社新聞網	五月天等 3 團 唱掀巴黎演唱廳 (圖)
32	2/2	中央社新聞網	巴黎·搖滾·五月天
33	2/2	華人娛樂網	五月天三組藝人巴黎開唱 門票依舊賣秒殺
34	2/2	鉅亨時尚	2012MIDEM 國際唱片展 台灣備受矚目 必茂人潮湧現
35	2/2	鳳凰視頻	五月天受邀赴法國唱片展 開唱受各界矚目
36	2/3	自由時報	五月天弄哭留學生 零下 6 度喊熱
37	2/3	聯合報	五月天巴黎開唱 被譽華人披頭四

日期	媒體	標題
38	2/3 成報	五月天巴黎表演 為留學生解鄉愁
39	2/3 中國時報	五月天法國當生蠔特攻隊
40	2/3 青年日報	五月天等 3 樂團、歌手 巴黎演唱票價高貴
41	2/3 蘋果日報	五月天巴黎開唱 組特攻隊消滅生蠔
42	2/3 Taiwan Today	
43	2/3 Yes 娛樂	五月天搖滾 High 巴黎 怪獸、冠佑狂嗑 40 顆生蠔
44	2/3 Yes 娛樂	五月天、嚴爵為留學生解鄉愁 法國觀光照曝光
45	2/3 ETtoday	五月天拍照耍心機 陷害嚴爵成大餅臉
46	2/3 新民網	五月天嚴爵法國出席唱片展 可愛旅遊照曝光
47	2/3 騰訊娛樂	五月天、嚴爵為留學生解鄉愁 法國觀光照曝光
48	2/4 新報	五月天自封生蠔特攻隊
49	2/4 聯合報	MATZKA 德機場遇「炸」彈
50	2/4 rfi	聽五月天在法國唱歌

## 附件二

### 活動照片



2012 法國坎城國際唱片展：  
五月天表演情形



2012 法國坎城國際唱片展：  
嚴爵表演情形



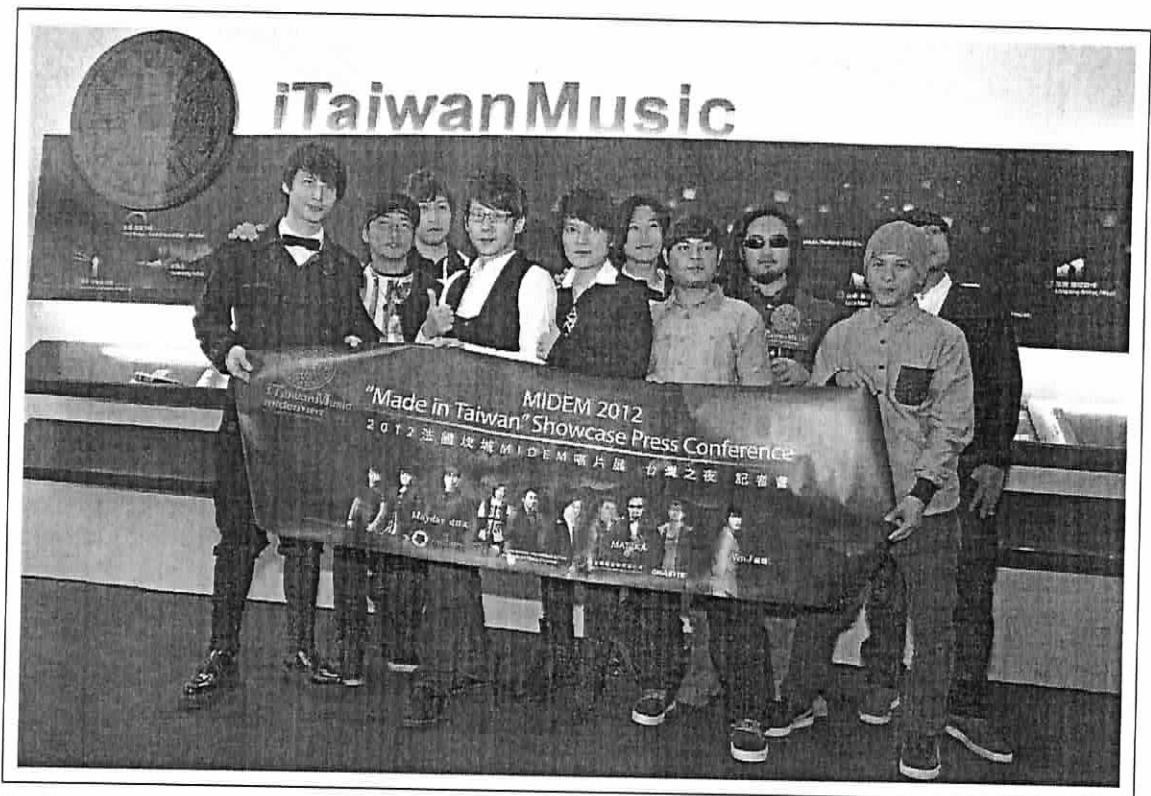
2012 法國坎城國際唱片展：  
Matzka 表演情形



2012 法國坎城國際唱片展：  
臺灣館展佈及洽商情形



2012 法國坎城國際唱片展：  
法國 ARJ 音樂獎項頒獎典禮  
星光大道現況



2012 法國坎城國際唱片展：臺灣館暨臺灣之夜國際媒體記者會



2012 法國巴黎演唱會：沙發劇場臺灣之夜國際媒體記者會

