發佈：2018-07-30, 週一 11:29
點擊數：13859



經過數十年的演進，台灣從早期春吶、海祭、野台開唱等歷史文物級音樂節，變成一個一年保守估計有大大小小三百多場音樂祭的熱鬧島嶼，獨立音樂成為當代顯學之一，不只有了金音獎表揚音樂創作，連金曲獎的得獎名單也出現越來越多獨立樂團的名單。獨立音樂與流行音樂的界線正在變得越來越模糊中，這並不是一個特別好或壞的狀況，而是現在的狀況實際上就是這樣，音樂祭的陣

容不知從何時

開始，不再只有獨立音樂，

Phoca PDF

連饒舌、電音、甚至連日本的偶像團體，AV

男優、女優、網紅什麼有的沒的等都紛紛端上檯面，如果一個音樂祭是一家餐廳，現在的菜單比起過去可以說是玲瑯滿目，活力充沛，筆者回

想起10

年還是個樂手時，非常討厭除了搖滾樂以外的曲風，尤其是主流音樂，五月天之類的樂團更是在圈內人人喊罵，但是時代的變化真的很快，或許是人越來越少了，也或許是歌越來越少了，現在還整天只討論從獨立樂團手中創作出來的音樂而拒其他音樂於千里之外的想法，總顯得有點老派、古板，而幾年前還在玩團時，其實我就曾經是這樣的人。

這幾年有一種批評的聲音是這樣的，音樂祭的陣容總是大同小異，為此個人抱持不同看法，所謂偉大的作品總是從模仿開始的，但是學久了總是會累、會膩、會厭倦，會想要走出自己的路線，當然音樂祭的策展作為一種創作也是如此，一開始辦音樂祭的團隊總會去參考比較具規模、指標性的各大音樂節都請些什麼團，尤其是學生團隊更容易出現這個問題，因為他們會想請的樂團就是那個年齡層最愛聽的樂團。當然音樂祭之間也會參考同業都請些什麼團，因為音樂祭畢竟是一種商業行為，就算是免費的音樂祭也會需要跟出資者們（俗稱乾爹）交代，久而久之就會顯得每個音樂祭的陣容長得好像都差不多，而走不出自己的特色，但音樂界老手或經驗豐富的策展團隊思

維就不同了，我們可以看到巨獸、春吶這類充滿野性的音樂節陣容雖然偏門、並且以新團為Line Up

的主軸，卻不會因此流於無趣、沒有特色，依然養成了一群死忠的支持者，甚至是一群心甘情願自掏腰包出來辦，有錢出錢有力出力的幕後工作人員們，如此特色反而使得北端的巨獸、南端的春吶在這個強調票房及聲量的世代獨樹一格，歷久不衰，奇蹟似地存活下來，也可以看到超犀利

Phoca PDF

趴偏主流但重視indie，想扶植indie

的精神，風和日麗連連看很文青，女巫很殿堂，大港很海派本土氣味、滅火器的火球跟無限自由很龐克精神、山海屯很金屬、Wake

Up潮潮鏘鏘的，而簡單生活節則是超越了音樂節定位的生活型態節、愛愛很角頭。

隨著長時間的磨合，許多音樂節都慢慢找到自己定位了，可以想見未來的台灣將會像日本一樣在不同的假日有越來越多不同的音樂節，甚至在一兩個月內的極短間距內就可以有兩三場完售的音樂節，並且各自擁有能夠讓其屹立存在的成長模式，也養成了各自的獨特群眾，樂團也開始紛紛舉辦自己的音樂節去推展自己的品牌跟理念，會常常看到陣容很相近的絕大多數是剛開始辦音樂節的團隊，我認為應該要給這些團隊時間，慢慢磨他們的團隊文化、他們的獨到品味，這些東西是需要經驗跟歲月磨練的，以及一些任性的非理性堅持。其實，這些非理性的堅持或選團決策，或許才是決定一個音樂祭是否具有強烈性格的關鍵呢。

有時候，常常在臉書上看到許多樂團會抱怨：「為什麼報名某幾個音樂祭好幾次了怎麼還是選不上？」誠實地說，這跟音樂祭團隊的品味有關係，並不是樂團本身不優秀，音樂祭舞台再多總是僧多粥少，台灣保守估計會去報名音樂

祭演出的都還超過300

團，怎麼可能容得下所有的樂團一起在一個音樂祭演出？所以選團的時候，其實各大音樂節的團隊也是在面臨這個巨大的難題，這中間影響的因素有很多，比方說世俗一點的層面，不外乎樂團的知名度、票房、社會影響力、

Phoca PDF

媒體版面，背後公司擁有的資源...

等等，不世俗一點的角度來看，就是每個團隊喜歡的東西都各有不同，總是會有一些團體是私心作祟下的決策，其實真正能造就音樂祭強烈性格的，也許就是那些非理性選擇呢。而在表演時段有限的狀況下，只能夠從最喜歡的演出候選名單開始一層層篩選，另外一個方面來看，台灣夠撐起頭牌或票房重責大任的樂團們真的太少了，而且隨著老團陸續解散後越來越少，所以才會看來看去都是那些團或者演出團體，這點是連許多不算大團的樂手們自己都有感的，我們有好的餐廳、有足夠的客人，但是廚師不夠多，沒有辦法製造更豐富，更多元的菜色讓觀眾大飽耳福，期待未來有更多不同樂風的音樂可以加入音樂祭的演出陣容，充實並打破現有的規則，讓我們的音樂祭環境能夠更加跳出目前的格局與視野。時至今日，現在辦音樂祭跟十幾、二十年前會遇到的問題跟以前還是差不多，不外乎就是噪音問題，但是也沒有辦法，因為既然是音樂節那就是非吵到人不可得，對此，久而久之台

灣各大音樂祭團隊也慢慢演化出一套SOP

，從早期的只懂道歉，現在開始與公部門配合、調整喇叭角度、選擇比較不會吵到人的場地等各種方式去避免因為噪音問題被民眾抗議的狀況發生，雖然過程中總免不了諸多摩擦，但畢竟音樂祭的展演是真的會影響到週遭鄰居的，還是盡可能跟住戶協調，相關單位協調好為上策，拿點貴賓票，塞點周邊商品的手段更是和平的解決方式之一，反正住戶跟主辦方皆大歡喜即可，不是嗎？相信要不是我們喜歡音樂，應該也不願意住在會被打擾的地方吧。

近來政府推行新南向政策，個人認為這是非常明智的選擇，因為東南亞正在處於快速發展的階段，好比像是泰國，不要說我們現在要開始努力新南向，泰國音樂也早就已經先擄獲大批台灣樂迷了，像是多次來台的Retrospect、EBOLA、還有最近爆紅的新秀GYM AND

SWIM

Phoca PDF

，但是我們的手腳跟觀念真的太慢，就個人觀察東南亞的音樂市場，韓國已經打進去很久了，而且他們沒有刻意去學東南亞的語言就可以用音樂的本質打進去東南亞的市場，我們要去思考的是，如果語言不通，我們如何做出高質量足以打進國際市場的作品？這中間一定有一些經驗跟技術是時間砥礪出來的，因此，台灣如何製作出吸引其他國家的人願意消費的產品才是重點，消費音樂、消費觀光等跟休閒娛樂有關的都是相同的道理，如果政府想分食這塊大餅，我們如何輔導創作者做出夠質量的產品，如何把它賣到國外，建立有效的溝通、交易平台，協助創作者在別的國家行銷，促進台灣音樂跟東南亞諸國的交流往來，將是未來的努力方向，當然，這會需要非常多時間，不過絕對值得資源的投入與長時間的耕耘，因為機會是看得見的。

再來是觀念和語言能力問題，東南亞許多國家的音樂從業人普遍英文不錯，尤其是經理人的相關角色，但是台灣有許多從業人員連英文都不太會講，怎麼去跟人家做交流、生意呢？ 俗話說：「見面三分情」沒有辦法跟人聊天交朋友，如何說服對方讓利？除了產品本身質量需要足夠外，我們可以看到能夠順利打進東南亞市場的樂團落日飛車，或者能打進台灣的GYM AND SWIM

，他們歌詞使用的語言也多半是英文，足夠的音樂質量，加上共通的語言，將是台灣與東南亞其他國家，甚至世界上其他國家樂迷產生共鳴的關鍵，並不是說寫英文歌詞就一定會比較容易中獎，而是這在對國際上推廣有一定程度的幫助，所謂新南向包含了菲律賓、新加坡、馬來西亞、泰國、澳洲....

等東南亞乃至大洋洲之南半球國家，推動新南向對於產業整體肯定是有相當大的幫助的，其實賣任何產品在內需不足狀況下，本來就不該只把市場放在自己的國家，更何況是本來就不是為市場而量身打造的獨立音樂呢？

Phoca PDF

發佈：2018-07-30, 週一 11:29
點擊數：13859

未來的我們必須想得更大，我們的音樂不再只是做給台灣人聽的，還是要做給外國人聽的，我們的音樂祭、演唱會，不只是做給台灣人看的，而是做給外國人也願意花錢買機票來台灣朝聖支持的，這一定做得到，而且會越來越好，因為現在就已經做到了，未來一定有能力且可以開發更大的市場，剩下的除了視野外，是努力以及時間。

作者 顏廷憲 為Wake Up覺醒音樂祭創辦人

Phoca PDF