

# 智慧化企業整合

## 主題: 互動式線上音樂募資平台

王端磊

清華大學工業工程與工程管理學系

### 摘要

在網路時代中，資訊的交流相較以往有爆炸性的增長，如果可以藉由網頁的方式，將以往資訊不對等的音樂產業加以改善，那麼不管對消費者與演出者都有非常正面的影響。

## 第一章: 前言

### 1.1 研究背景

我在高中時期參加熱音社，那個時候有接觸某知名台灣金屬樂團主唱，在聊天的過程中發現，就算是有一定知名度，甚至是國外都有大量樂迷，但還是負債累累。經過我長時間的觀察，台灣的地下樂團往往有非常好的音樂內容，但是並沒有足夠資金注入，導致樂團成員三餐不繼，僅能用意志力以及樂迷的鼓勵才能支撐下去，這對台灣的音樂產業有非常負面的影響。更重要的是，因為這個原因導致了台灣樂壇對於非主流音樂的接受度不高，沒有優質的音樂內容就無法讓更多人接觸多元的曲風，最近饒舌的趨勢就是因為中國節目才崛起，因此對於現今的出片制度，我認為有非常大的改善空間，運用上課所學企業流程再造的方式，應該可以有效的解決部份的問題。

關於 MusicNerd: MusicNerd 如字面上所呈現，就是提供給音樂的狂熱份子，一個追逐多元音樂的平台，我們提供不同曲風的音樂，創作者以及樂迷也可以快速的交流音樂資訊，另外 MusicNerd 也提供資金上的幫助，期許有更好、更多樣的音樂豐富台灣的樂壇。

### 1.1 研究動機及目的

問題可以由 5W1H 的方法辨識出來:

What: 資金不佳導致樂團營運困難

When: 籌備演唱會以及專輯發行時

Who: 台灣所有音樂創作者以及樂迷們

Where: 網路平台

Why: 增加更多優質的好音樂

How: BPR 企業流程再造

## 第二章：研究架構與方法

由於音樂產業非常依靠專業主觀意見，因此本次做法先從改善整體流程開始，給唱片公司、樂團以及樂迷們更好的使用體驗後，從而改變整個樂壇生態。在此使用 PDCA 進行 BPR(企業流程再造)的工具。

### 1. Plan - 規劃

(1.) 針對現有的流程進行分析並且提出有效的改善方案，經過分析得到以下改善的重點以及改善的目標。

改善重點：

- 專輯發行門檻高
- 空窗期時間極長
- 樂團被唱片公司主導

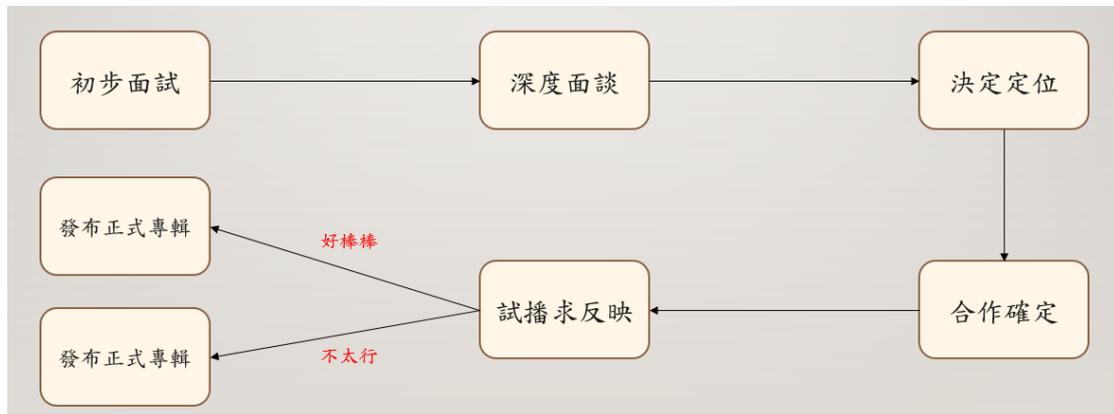
改善目標

- 隨時可以發布新單曲
- 能在線上與粉絲互動
- 樂團自主性高

### (2.) As-is 流程分析

由[圖一]可以找出以下四點問題：

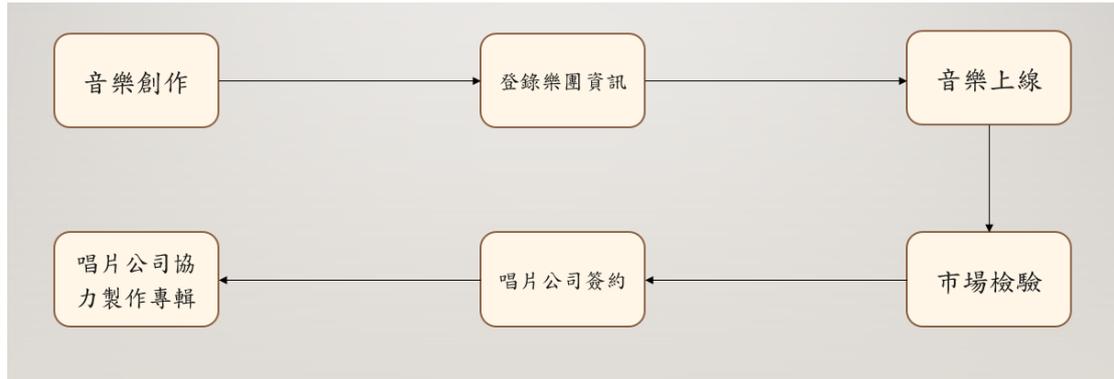
1. 從面試到定位的決定都會被唱片公司所主導，導致在簽約過程當中可能會淘汰掉具有潛力的樂團。
2. 在合作確定後只能利用試播單曲來決定是否要將公司的資源投入給此樂團，然而試播單曲常常是唱片公司製作，不成功也可能是唱片公司的問題。
3. 試播單曲不一定能夠真正反映出樂團未來出道時的創作狀態。
4. 若試播單曲不成功則一切都白費，只能進入到空窗期的階段等待「伯樂」的出現，然而在等待的期間所有的開銷都沒有收入支撐，大部分的樂團在這個階段就會撐不下去。



[圖一:As-is 流程]

### (3.) TO-BE Model 發想

由於唱片公司培育成本、樂團成功不確定性高，如果可以直接由唱片公司發掘樂團，就可以輕鬆地節省培育成本，樂團成名的不確定性也會降低。我們也發現樂團發布單曲往往非常困難，等待期非常長，只要有完善的音樂平台讓樂團輕鬆編輯自己的音樂資料庫，就樂團可以大幅度的降低等待時間，少了空窗期樂團也可以更放心的規劃未來的路，更可以快速地得知自己的作品在市場上面的反饋。



[圖二:To-be 流程]

## 2. Do - 執行

在執行的環節中，可以分成執行模式以及獲利模式，分析如何將 MusicNerd 平台合理的運行。

### (1.)執行模式:

要建立優質的平台就要有合理的規範，因此 MusicNerd 有以下三點原則:

1. 低廉的會費，首年若有上傳音樂的紀錄則可免費使用。
2. MusicNerd 支持原創音樂，不接受抄襲的歌曲，若為翻唱則要註明。
3. 最大化樂團收入，大家共體時艱。

### (2.)獲利模式:

平台主要的獲利模式來自三個地方，共有廣告收入、唱片公司合作與訂閱收入，其中廣告收入可以藉由看完廣告後試聽來達到。MusicNerd 會與各大唱片公司合作，幫助唱片公司找出下一個樂壇新星，從中可以抽取部分佣金，這應該也會是平台最大的收入來源。最後是訂閱收入，此收入的客群是樂迷們，金額非常便宜，主要是補貼網站運營費用的支出。

## 3. Check - 查核

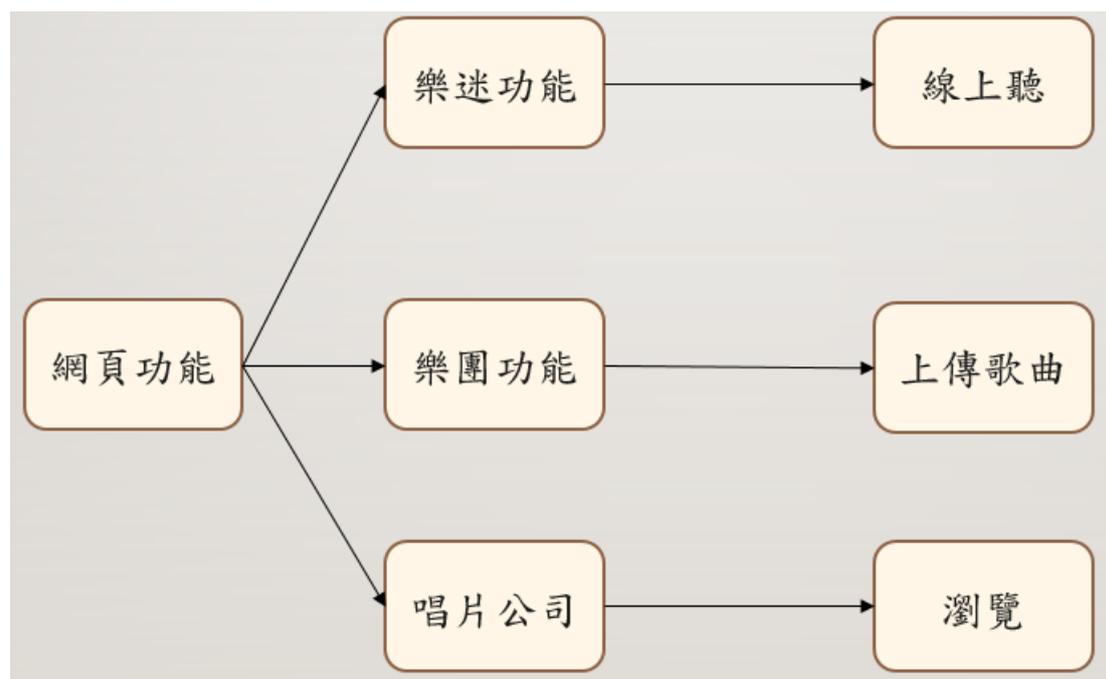
根據報導指出，唱片公司關於利益分配的規定是分階段性的：第一至第三年「六四分」，第四年起為「五五分」，第七至八年為「三七分」，藝人分到的利潤會隨著他們的知名度提高而有所上升，但是在出道的前期就算有收入，也要被唱片公司、經紀公司抽很多層皮，因此在平台應該提供樂團良好的收益，待到平台的樂團量、單曲量夠高的時候，就可以從唱片公司這邊將收益補上。

MusicNerd 平台專注於開發新的創作者，並收取 25%的唱片公司抽成，若以第

一年到第三年的抽成來看，MusicNerd 平台可以收取總共 15% 的利潤分成。相對平台維護成本，15% 的利潤分成足以支撐平台的發展，相較本土串流平台 KKBOX 大概每首歌只提供給創作者 10% 的利潤，可說是佛心公司，如此一來可以讓唱片公司以及樂團都有可觀的收益，達成三贏的局面。

#### 4. Action - 行動

網路募資平台主要有三大客群，唱片公司、樂團、樂迷，因此網頁要具備樂迷以及樂團的登入系統，並且唱片公司可以藉由網站看到樂團情形，其簡單的架構如[圖三]所示。



[圖三: 網頁架構圖]

### 第三章: 結論與建議

經過 PDCA 循環的檢討後可以得到一個較好的流程，解決唱片公司以及樂團的問題，又同時給樂迷一個更新潮的音樂平台。然而音樂有版權上的問題，必須要後台審核，所以無法做到即時上傳的功能，未來導入聲波辨識技術後，應該可以有效解決此問題。