

南華大學

建築與景觀學系環境藝術碩士班

碩士學位論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER PROGRAM IN  
ENVIRONMENTAL ARTS, DEPARTMENT OF  
ARCHITECTURE AND LANDSCAPE DESIGN, NANHUA  
UNIVERSITY

Live House的空間演繹—以台北市公館地區為例

Interpretation of the Space of Live Houses : the Case of Gong Guan Area of Taipei  
City

指導教授：陳惠民 博士

ADVISOR : HUI-MIN CHEN Ph.D.

研究生：朱元暉

GRADUATE STUDENT : YUAN-HUI CHU

中 華 民 國 1 0 2 年 6 月

南 華 大 學  
建築與景觀學系環境藝術碩士班  
碩 士 學 位 論 文

Live House 的空間演繹—以台北公館地區為例

研究生：朱元暉

經考試合格特此證明

口試委員：高如如  
鄧建慧  
陳惠民

指導教授：陳惠民

系主任(所長)：孫光登

口試日期：中華民國 102 年 6 月 19 日

## 謝辭

感謝我的指導教授陳惠民老師，總是很用心與耐心地給予教導，並且在徬徨時給了我很大的信心，驅使我完成了這趟過程。老師這一年多來辛苦您了!

感謝我的訪談者們，為我撥出了寶貴的時間，無私地與我分享重要的訊息與一些個人經驗，甚至也為我指點了一些寫作方向，謝謝你們!

另外感謝研究室 H402 的同仁們，有你們讓研究室變得熱鬧，讓那寫作的過程額外添加了一些樂趣；還有，因為有你們，才不用每天吃 7-11，可以吃到熱騰騰的燒鴨、油雞便當(哈)。也特別感謝郭俊賢，在寫作過程中幫助我許多，跟我一起討論寫作方向，猶如汪洋中的一盞明燈，謝謝你阿賢!

最後，感謝我的父母，很放心且支持地讓我朝著自己的興趣前進，讓我能夠順利完成學謝，謝謝你們。

朱元暉

2013 年 10 月

# 南華大學建築與景觀學系環境藝術碩士班

## 101學年度第2學期碩士論文摘要

論文題目：Live House的空間演繹—以台北市公館地區為例

研 究 生：朱元暉

指導教授：陳惠民 博士

論文摘要內容：

本篇論文以台北市公館地區的 Live House 為例，欲透過對於 Live House 空間的演繹過程，探究其空間過去發展的歷史脈絡至今日的情況為何，進而釐清 Live House 與現行法令中相互牴觸的根本原因，並希望藉由研究與討論之下提出改善辦法之建議。

其中，長期以來社會大眾對於 Live House 這空間一直存有疑慮，而在 ALA PUB 大火事件之後，經過媒體的渲染造成社會大眾對於這相關類型的空間更加深了負面印象；而 Live House 與 PUB 這兩者究竟有何不同？本研究與從空間型態、演出型態與觀賞空間、消費行為與經營模式，以及空間氛圍這幾個面向去探討兩者之間的差異，試圖解開一般民眾對於 Live House 感觀上的誤會。

而近年來在國內北、中、南部各有 Live House 設立於隸屬公部門的文化園區等區域，此現象又代表了何種意義？而對整體音樂產業與 Live House 又產生了甚麼樣的影響力？為本研究欲探討之。

關鍵字：Live House，台北公館，音樂藝文展演空間，獨立音樂

# 目錄

目錄.....	i
表目錄.....	iii
圖目錄.....	iv
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機.....	2
第二節 研究目的.....	3
第二章 文獻回顧與討論.....	4
第一節 研究相關名詞定義.....	4
Live House.....	4
地下音樂.....	5
獨立音樂.....	6
第二節 文獻探討.....	7
非主流/獨立音樂相關研究.....	8
音樂場景的回顧.....	9
第三節 研究方法.....	10
第三章 Live House 的空間演變.....	13
第一節 美援時期前後，BAR、酒吧文化進入台灣 (1950 年代~1970 年代) ....	13
1950 年代之後西方休閒文化進入台灣.....	13
1960 年代台北的音樂場景.....	14
第二節 美軍撤台後，從 PUB 的發展到 Live House 的前身(1970 年代中期~1980 年代) .....	16
1970 年代民歌運動興起的背景.....	16
休閒意識的大眾化.....	17
PUB 成為主流消費地點.....	17
第三節 1980 年代，PUB 多元發展，Live House 發展的雛形(1980 年代~1990 年代) .....	20

PUB 朝向多元發展.....	20
80 年代的搖滾場域.....	23
第四節    1990 年代後，Live House 逐漸發展成形.....	25
Live PUB 開始唱自己的歌.....	25
小結    .....	32
第四章    現今 Live House 音樂場景.....	34
PUB 與 Live House 的空間差異 .....	34
第一節    空間型態.....	38
第二節    演出型態與觀賞空間.....	47
第三節    消費行為與經營模式.....	49
第四節    空間氛圍.....	52
小結    .....	55
第五章    Live House 現今發展與生存困境.....	57
第一節    流行音樂的孵化器.....	57
第二節    Live House 現今的生存問題 .....	62
無所適從的法令.....	62
社區的黑名單.....	71
小結    .....	74
第六章    結論與建議.....	75
參考文獻.....	78
附錄.....	81

## 表目錄

表 二-1 訪談者基本資料 .....	12
表 三-1 90 年代至 2012 之 Live House 相關紀事.....	30
表 四-1 台北市 Live House 一覽表.....	35
表 四-2 台北市 Live House 所處位置表.....	39
表 五-1 指標性獨立樂團與演出場所關係匯整 .....	59
表 五-2 2012 地下社會事記 .....	67

## 圖目錄

圖 四-1 女巫店平面示意圖 .....	40
圖 四-2 女巫店門口 .....	40
圖 四-3 女巫店內情形 .....	40
圖 四-4 海邊的卡夫卡平面示意圖 .....	41
圖 四-5 海邊的卡夫卡內部情形(一).....	41
圖 四-6 海邊的卡夫卡內部情形(二).....	41
圖 四-7 河岸留言平面示意圖 .....	42
圖 四-8 河岸留言內部情形(一).....	43
圖 四-9 河岸留言內部情形(二).....	43
圖 四-10 地下社會平面示意圖 .....	44
圖 四-11 地下社會入口 .....	45
圖 四-12 地下社會內部情形 .....	45
圖 四-13 THE WALL 平面示意圖 .....	46
圖 四-14 The Wall 的內部情形(一).....	47
圖 四-15 The Wall 的內部情形(二).....	47
圖 四-16 海邊的卡夫卡表演情形(一).....	48
圖 四-17 海邊的卡夫卡表演情形(二).....	48
圖 四-18 女巫店表演情形(一).....	48
圖 四-19 女巫店表演情形(二).....	48
圖 四-20 The Wall Live House 表演情形(一) .....	49
圖 四-21 The Wall Live House 表演情形(二) .....	49
圖 四-22 表演者與觀眾互動情形 in The Wall.....	49

# 第一章 緒論

大約在十年前，不知從何聽到：「台北有間 PUB 叫聖界」，即便根本不知道那是甚麼地方，卻單是對於「聖界」這個店名有著許多想像，光是如此就覺得「好酷喔！」；後來還聽說，有間店裡面賣的一種飲料名稱叫「月經」，而且似乎是間「GAY BAR」，那間店名叫作「女巫店」。雖然當時仍只是個懵懵懂懂的小學生，但也不曉得是甚麼原因，對於時下有關次文化的事物，都會感到好奇與興趣。

直到上了大學，開始透過自身實際的接觸與資訊接收，才知道，「聖界」<sup>1</sup>根本不是 PUB，而是一間「Live House」；當時亦屬於台北知名的音樂空間，現在已蛻變成國內最具規模的「THE WALL 這牆音樂藝文展演空間」；而「女巫店」根本也不是當初所聽到的「GAY BAR」，甚至連邊的扯不大上，它只不過是以關注性別議題與弱勢族群的店家，同樣是國內一間具有代表性的 Live House(至於「月經」名稱的飲料，店內確實有一杯叫「月經冰茶」)。

Live House 在一般大眾為獲取正確資訊或者被誤導的情況下，幾乎不曉得這空間的性質為何，或以為 Live House 就是 PUB，甚至在媒體的誤導下，認為該空間是一個充滿不良人物出入的場所、八大行業。近年來，Live House，這一個屬於新型態的空間，在政府尚未給予一個適當的名稱以前，因找不到一個所屬的商業登記名稱等原因，而時常遭檢舉、開罰。直到 2010 年，才訂定出「音樂展演空間業」讓 Live House 業者得以一個適當的登記名稱；但即便如此，在公部門各部會未彼此協調的情況之下，Live House 依然受到其他單位的稽查與開罰。

---

<sup>1</sup> 「聖界 Live House」，由閃靈主唱 Freddy 一行人於 1999 成立，曾是台北重要的音樂現場演出場所。

## 第一節 研究背景與動機

近年來隨著實體唱片銷售量的萎縮<sup>2</sup>，促使了現場演出、演唱會成了主流唱片公司的主要生財之道<sup>3</sup>，一般大眾對於花錢欣賞現場演出的意願越來越高；為順應市場走向，有的歌手在唱片公司的策略下，甚至是先做現場演出試探市場再決定發片。這樣的行銷方式與以往大廠牌唱片公司在塑造歌手的操作手法已截然不同，反倒與獨立樂團的發展過程相似。在近年來樂團風潮的盛行，「獨立音樂」與「獨立樂團」這兩個名詞，也逐漸成為大眾普遍耳聞與使用的名詞；獨立音樂因其創新性、與當地文化活力有較強的連結關係，在面對實體唱面市場嚴重萎縮的現今，成為了流行音樂界的一股風潮和趨勢。台灣音樂文化國際交流協會表示：「台灣獨立音樂開始崛起，光是入圍今年(2010)金曲獎流行音樂類的最佳樂團與最佳演唱組合獎，十二個入圍者中就有七個團隊是獨立樂團；就連現在躍升為主流樂團，並同時以兩張專輯入圍「最佳樂團獎」的蘇打綠，也曾是獨立音樂圈的重要分子(中央社蔡欣樺報導，2010；引自黃詩雯，2010：1)。而獨立音樂主要的演出空間即是「Live House 音樂藝文展演空間」，從五月天、伍佰到蘇打綠、陳綺貞、張懸等之名的歌手、樂團，在他們尚未成名前都曾在 Live House 演出過一段時間，爾後才晉身為今日在國內外舞台上活躍的樂團/音樂人。

在今日，這孕育出無數音樂好手與樂團的「Live House」空間，因獨立音樂市場仍然在發展的階段，因此大部分的 Live House 皆慘澹經營，靠著對於音樂的熱愛與理想，努力支撐營業。然而 2011 年台中 ALA PUB 發生大火，中央單位便針對全國相關空間進行總體檢，便再次點出 Live House 違反現行法規上的問題。在公部門對於這塊音樂生態圈缺乏足夠認識的情況之下，不斷地對 Live House 業者表現不友善的態度，開出多張巨額的罰單；對於原本就已吃緊的 Live House 業者來說，雪上加霜，難以負荷這些支出，因而導致個地方許多

---

<sup>2</sup> 2000 年以前台灣專輯銷售量排行榜前八名都在一百萬張以上；到了 2000 年以後，銷售量最高為 43 萬張(陶喆《I'm OK》)；2012 年，銷售量最高為 13.5 萬張(羅志祥《有我在》)，第二名以後則十萬張不到。

<sup>3</sup> 2010 年台灣演唱會產值約 18 億元，佔總產值(約 85 億元)21%，逐年成長。

Live House 業者最後因不堪其擾，乾脆直接結束經營。

此一現象不但重創了 Live House 業界與獨立音樂圈，對於國內整個音樂圈都有可能造成衝擊；一旦提供獨立音樂演出空間的 Live House 日漸減少，勢必會影響獨立樂團的發展空間。

## 第二節 研究目的

本篇論文的目的在於以台北市公館地區的 Live House 為例，欲透過對於 Live House 空間的演繹過程，探究其空間過去發展的歷史脈絡至今日的情況為何，進而釐清 Live House 與現行法令中相互牴觸的根本原因，並希望藉由研究與討論之下提出改善辦法之建議。

其中，長期以來社會大眾對於 Live House 這空間一直存有疑慮，而在 ALA PUB 大火事件之後，經過媒體的渲染造成社會大眾對於這相關類型的空間更加深了負面印象；而 Live House 與 PUB 這兩者究竟有何不同？本研究與從空間型態、演出型態與觀賞空間、消費行為與經營模式，以及空間氛圍這幾個面向去探討兩者之間的差異，試圖解開一般民眾對於 Live House 感觀上的誤會。

而近年來在國內北、中、南部各有 Live House 設立於隸屬公部門的文化園區等區域，此現象又代表了何種意義？而對整體音樂產業與 Live House 又產生了甚麼樣的影響力？

## 第二章 文獻回顧與討論

### 第一節 研究相關名詞定義

在進入本文之前，先針對本研究裡的幾個關鍵名詞作定義與解釋。

#### Live House

Live House，中文稱為「音樂展演空間」，經濟部的商業司於 2010 所增列「音樂展演空間業」其中對此空間的定義為「指提供音響燈光硬體設備之展演場所，供從事大眾普遍接受之音樂藝文創作者現場演出音樂為主要營業內容之營利事業。」就其字義上，可知道此空間就以 Live(現場)表演為主，其節目設計中，又以獨立音樂(indie music)、實驗性音樂或非主流音樂等的音樂類型最廣泛，同時仍會有主流市場表演者在此類空間演出。

Live House 這名詞起源於日本，而這空間名詞在日本的起源有幾種說法：

在大阪，Live House 這個場所的名詞開始被使用是一些音樂家從 Rock House 領會而來。

在 1970 年代早期的京都，Live House 這個場所的名詞開始被使用是從當時時常使用的「某特定名詞加上 House」，例如：coffee-house。

在 Live House 這名詞產生以前，已有類似的空間，例如：

- 在 1950 年代到 1960 年代的爵士咖啡廳(Jazz Café)
- 在 1960 年代的 Go-go 咖啡廳(Go-go Café)

- Kyohei Miyairi(2012)

由此可知 Live House 在日本的出現，並非由官方定訂此空間的名詞，而是因都市休閒文化的有機發展，被人們所創造出來的一種新型態的空間，是與官方所界定的音樂廳或者餐廳截然不同的空間。在台灣亦是如此，Live House 這名詞

是在 2000 年才開始出現與被使用，在第三章將會針對空間的歷史脈絡做進一步的陳述。

## 地下音樂

根據張育章(1996)對於台灣地下音樂發展的論述，「地下音樂」這個名詞在台灣媒體上約於一九八五年底出現。最早使用這個詞，有較清楚解釋的是當時以筆名「亦咸」在《民生報》上寫唱片評介的何穎怡。也許是因報紙篇幅的限制，何穎怡對新音樂與地下音樂最完整而有系統的介紹，最早是發表在女性雜誌《黛》上頭，從八五年十二月開始接連刊載出〈何謂新音樂？（叛客篇）〉、〈新音樂——八十年代篇〉、〈地下音樂與大學校園排行榜〉、〈叛客運動十週年的回顧與展望〉幾篇文章。八九年水晶出版的《80 搖滾之聲——新音樂百科全書》的前幾篇導論，基本上是以那些文章補綴而成。在音樂文字資訊仍相當匱乏的前些年裡，這些文字對新一代的聽眾、創作者或樂評人們的影響很大（張育章，1995a）。

由此看來，「地下音樂」這個詞跟「新音樂」有著密切關連，當初參與 Wax Club（按，Wax 指的是唱片，合起來即是欣賞「唱片」音樂的俱樂部）籌辦的何穎怡及後來以“捉狂歌”帶動「新台語歌風潮」的「黑名單工作室」創作靈魂王明輝都曾公開以“台灣新音樂”為名來指稱自己所為（亦咸，1991；引自張育章，1996：111）。值得注意的是，“台灣新音樂”這個名詞早在一九三〇年代即已出現，根據莊永明的說法，它指的是“指從西洋音樂的理念、方法而產生有別於漢族、土著的傳統音樂（莊永明，1995:229-230；引自張育章，1996：111）。相隔五十年後，此一名詞再度轉世，雖說歷史巧合的成分居多，然而比對兩者與其時西洋音樂及本土文化運動之關連，不難發現神似之處。

事實上，外來資訊的不斷引入，使得地下音樂的定義在台灣也有多次嬗變。原先在《黛》上頭，亦咸寫道：「和所有表演藝術一樣，搖滾樂也有所謂地上

(aboveground) 和地下 (underground) 之分，所謂地下音樂，不是作品非法，而是距離主流音樂 (mainstream) 有點距離，不輕易為一般人接受。」(亦威，1986a:110；引自張育章，1996：111)，在八六年七月首次發行的《Wax Club 月刊》上，地下音樂在內容與創意上的特殊性被凸顯的更清楚，「地下音樂……其創作精神和主流音樂頗有一段距離，清新質樸，強烈大膽是它的特質，是英美大學校園中的寵物。」(Wax Club，1986a)，而在《80 搖滾之聲——新音樂百科全書》上頭，Irene Rotten (何穎怡的另一筆名) 寫道：「地下音樂 (underground music) 一詞，來自地下藝術的概念，是指音樂結構、創作手法都和主流音樂有一段距離的音樂。」(Wax, Group, 1989:19；引自張育章，1996：111)

## 獨立音樂

獨立音樂 (Independent Music，簡稱 Indie music 或 Indie)，有別於主流商業唱片廠牌所製作的音樂。顧名思義，獨立音樂的製作過程獨立自主，從錄音到出版都由音樂家獨力完成。獨立 (Indie) 一詞可用以形容其他音樂類型，如獨立搖滾。雖然許多獨立音樂家的風格無法清楚界定，因而歸類到不同的音樂類型，但獨立音樂 (Indie) 在一般說法上或音樂評論中依舊視為一種音樂類型，包括那些非獨立製作的音樂。

「獨立音樂」或者「獨立樂團」這名詞在台灣是近幾年來才慢慢浮出，在以往多是以「地下音樂」、「地下樂團」稱呼之。對於此音樂稱謂轉變的過程，鄭凱同(2005)寫到，在特定的社會情境下，導因於特定音樂論域的運作，會產生出特定的音樂稱謂，如「民歌」、「地下音樂」，這些名詞，經過藝文人士的詮釋後，具有特定的社會意涵，比如「反靡靡之音」、「反商業主流」、「抗議音樂」等社會功能。但如前所述，這樣的討論方式，只突顯了「音樂進步性」的一部分，在討論音樂的進步性時，也往往只將焦點置於音樂的內容上，卻忽略了在何種生產條件底下(政治經濟環境)，音樂的進步性才得以浮現。(鄭凱同，

2005：57)

在今日，「地下音樂」此一名詞已經和「民歌」一樣，成為一個歷史名詞，取而代之的，是具有更寬廣意義的「獨立音樂」一詞，即使對於「獨立音樂」的意涵仍有眾多的辯論與疑義，但在解釋範圍上已較「地下音樂」開放。(ibid：57)

「獨立音樂」與「地下音樂」的差別，根據鄭凱同(2005)的描述，「獨立」(indie)的概念和前述的「地下」(underground)一樣，都接枝於西方的搖滾樂文化，但是這些名詞經過了文化轉譯，在台灣的環境裡已經發展出與西方文化不同的意義，刻畫出台灣音樂文化發展的新階段。當今的台灣音樂產業，面臨著科技(盜版議題、設備的進步)、政治社會等面向衝擊，正準備步入一個新的發展型態，表現在產業動態上的是越來越多的小型音樂工作室以及小型音樂廠牌；表現在音樂內容上的則是有別於以往「地下音樂」的政治社會批判題材，而是更多元、更天馬行空的創作發想，一股「獨立音樂」的論域似乎逐漸成形。相較與以往，「獨立音樂」的說法似乎比「地下音樂」更具有開放性，但是如果我們稍不注意，依舊會落入呆板單一的絕對論之中，最後認為「只有...才算獨立音樂」。(ibid：58)

## 第二節 文獻探討

國內目前關於 Live House 的研究尚不多見，由於 Live House 這名詞是在約 2000 年後才開始被使用，相關的研究論文也是近五至十年才開始出現；至今(2013)以 Live House 作為主要研究對象的學術論文有：謝光萍(2006)的《誰在那裡聽自己的歌—台北 live house 樂迷與音樂場景》、劉哲浩(2009)的《台北市公館地區 Live House 消費者生活型態之研究》、楊銘宸(2010)的《誰的 LiveHouse—解讀 LiveHouse 之空間、音樂及參與者文化》、王柏人(2011)的《Live House 消費者商店印象與情緒體驗之研究—以高雄市駁二月光劇場為例》、劉珣尹(2011)的《「Live House」活動吸引力與服務品質對行為意圖之影響—以消費者體驗為中介變項》、林易叡(2011)的《以智慧資本觀點剖析表演藝術仲介類文化創意產業之關鍵成功因素—以河岸留言為例》、何蕙如(2011)的《文化

消費與生活風格的形塑—以「海邊的卡夫卡」為例》、林科呈(2012)的《Live House 與臺灣音樂產業之互動關係探討》。

謝光萍(2006)的《誰在那邊聽自己的歌—台北 live house 樂迷與音樂場景》一文，採取新聞學的深度報導的寫作形式。針對五個主題做了八個場景的新聞深度報導。以 Live House 樂迷的「世代」做為立論之切入，討論 Live House 中的樂迷是如何因「世代」(嬰兒潮世代與 XY 世代)的影響，在不同的音樂空間場景內，分析西洋老歌與獨立樂團的解讀會因世代間彼此的音樂認同與文化實踐不同產生怎樣的影響。並因世代的不同，連帶衍生出在欣賞音樂的場合選擇，以及迥異的音樂聆聽習慣養成，透過各種文化實踐與社會論述參照影響，建構認同；反而言之，這樣的認同亦造成了樂迷的音樂選擇和其他的文化實踐。

楊銘宸(2010)的《誰的 Live House—解讀 Live House 之空間、音樂及參與者文化》一文，從文化觀察者和參與者的角度出發，探討國內 Live House 的空間場景、音樂展演與其參與族群文化的研究。其論述 Live House 空間與其參與者族群文化，並非以一種顛覆性的形態存在，反而是一種差異性的文化過程表達，它呈現得是一種高度開發後的文化資本生活方式，一個在特定接觸以及特定年齡經驗之間的接觸點上開始形成的整體。其研究透過 22 位訪談者的相關陳述，歸納了消費者在選擇進入 Live House 的三種取向，分別為 1.追星取向、2.人際關係的維持與拓展取向及 3.Live House 店內空間之偏好取向。然而，店家所提供的空間場域本身並非為影響消費行為的首要考量因素，此結果也進一步表示 Live House 空間中的消費行為已超出一般時空與特定時空之殊異。空間長為可預的商品，兒樂團則扮演如同標價的標籤，參與者一旦與商品價格妥協，才從而消費並進入 Live House 空間場景。

## 非主流/獨立音樂相關研究

台灣 Live House 發展至今日，與獨立音樂或非主流音樂息息相關，兩者關

係可說是密不可分。而國內以獨立音樂或非主流音樂作為研究者，相較於以 Live House 作為主要研究對象，數量來得較多。

## 音樂場景的回顧

關於台灣 Live House 空間的歷史建構，根據陳曉偉(2002)的〈臺北市非創作職業樂團的空間建構〉一文中，對於台灣的職業樂團的空間建構，從美軍來台時期到約2000年的這段時間，已做初步的回復工作；其將台灣的 Live House 分為四個時期：

- 1.1965年至1974年：美軍來台渡假時期之職業樂團與俱樂部、夜總會、西餐廳
- 2.1975年至1983年：民歌時期的職業樂團與鋼琴酒吧
- 3.1984年至1992年：後民歌時期職業樂團重現與 Live Pub
- 4.1993年至今 Live Pub 之大眾化與職業樂團

本研究亦延續其已建構的空間歷史之基礎下，針對獨立音樂的空間脈絡作另一詮釋。陳曉偉的研究對象是針對「非創作職業樂團」現場演唱場所之發展的歷史建構，根據其研究，非創作型職業樂團是在六〇年代初期即出現了第一批的職業樂團<sup>4</sup>，隨著越戰爆發，台灣成為美軍的後勤基地與休假中心，因而帶入了西方的酒吧文化，為了娛樂與平撫美國大兵的思鄉情緒，此類型的娛樂場所放著當時的西洋流行歌曲。在當時，大型的娛樂場所美軍俱樂部除了具備酒吧的功能外，樂團的現場演唱與舞池的提供是俱樂部的重要空間形式，以提供美軍喝酒、看表演、聽音樂、跳舞的多重休閒娛樂經驗。同時，也需要長駐型的樂團，進而培植了台灣本土第一批的職業樂團。而本研究對象是針對「獨立樂團」也就是創作型樂團現場演唱場所的空間建構，獨立樂團的萌發時期是在八〇年代中期至九〇年代，八〇年代末解嚴，各界思想得到解放，樂團界的創作

---

<sup>4</sup> 六〇年代初期，電視台的節目(台視的「爵士新聲」與「星星」)開始有樂團的演出，培育了第一批的職業樂團，如「雷蒙合唱團」是當時最有名的樂團，以演唱當時的西洋流行音樂(主要是 Beatles 合唱團)為主。(陳曉偉，2002：四-1)

大門自此大開，到了九〇年代中期以後才開始蓬勃發展。因此在空間歷史演變上，到了八〇年代PUB與Live House的差異性才逐漸明顯。

蕭伊容1995年的《台北新興PUB的休閒研究》中，以台北新興PUB為例，探討當時台北都會休閒的休閒文化與休閒經驗。其研究討論新興PUB崛起的社會歷史脈絡、休閒文化、以及參與PUB休閒之社會群體的特質。其透過文獻資料考察台北PUB從美軍俱樂部到東區休閒商業的社會歷史過程；以及呈現新興PUB在休閒商業脈絡下強調符號性消費的休閒文化特質，並透過問卷調查資料分析新興PUB休閒群體的生活風格。蕭伊容將當時的新興PUB分為三大類，分別為「Disco PUB」、「樂團現場演奏的PUB」和「純飲的PUB」；其中「樂團現場演奏的PUB」可稱為「Live PUB」，後來另外演變為今日的Live House。

其研究發現新興PUB強調符號性的消費形式不只發揮了市場區隔的作用，同時個性化、美學化的空間設計也塑造一種獨特的休閒情境；人們在這些異質地點<sup>5</sup>裡，暫時跳脫了現實生活脈絡，享受各種情緒觸媒所引發休閒快感經驗。在現實(都市公共)生活的緊張壓力、制式化、平板化和疏離感，而自我情緒的宣洩、節慶般的歡愉和社區生活般的親暱感才是人們真正渴望的生活。蕭伊容透過新興PUB的休閒研究，呈現出休閒與社會之間的關係；休閒不只是一種愉悅經驗，同時也是社會狀況與社會關係的反應。新興PUB做為當代休閒商業的產物，體現了消費社會強調符號性消費的特徵，其休閒文化也應和著NEW PUB族的生活風格，至於新興PUB獨特的休閒情境與人際關係，則反映出某種現代都市人的社會心理狀態。

### 第三節 研究方法

質化研究強調研究者的主體性以及參與性，強調研究者親身進入研究場域，並透過參與觀察、深入訪談與相關的歷史文件記錄等資料蒐集方式，獲得全關

---

<sup>5</sup> Foucault 所說的一個介於現時空間和烏托邦之間的「異質地點」，是在現時空間中以類比或倒轉現實生活的方式所建立的依個想像空間。(蕭伊容，1995：100)

性的了解，以對一個特殊的群體作出詳盡的描寫與詮釋(郭良文、林素甘，2001：3)。

本研究採取「文獻分析」、「深度訪談法」及「參與觀察法」，探討 Live House 在都市中所形塑的關係。說明如下：

一、文獻分析：文獻回顧有助於討論本研究課題時，提供一個比較基礎。再者，透過檢視歷史資料做為研究的基礎。並藉由文獻回顧整合其他的研究所說的，建立相關領域的橋梁。

二、深度訪談可分為「結構性訪問」、「非結構性訪問」，以及宗何以上優點之「半結構式訪問」三種。結構性訪問又稱為「標準化訪問」，由研究者事先設計一份標準化問卷，依循問題順序進行，每位受訪者均針對相同的問題回答，訪員不得進行發問或追問。然而，非結構性訪問(或稱非標準話訪問)則並未預設潤何固定的問題或定向的標準程序，由研究者依照研究的目的提出較廣泛的問題，受訪者能夠自由作答，訪員再依受訪者的回答決定是否提出新的問題或繼續追問某些特定問題。

本研究採用之深度訪談則屬第三類之「半結構式訪問」此方式截取前二種訪談方式之長處，依照研究者事先準備的大綱進行訪問，不一定照問題順序發問，可以依據訪談當時之情形以及受訪者的回答，隨時調整或延伸問題，如此研究者不僅能有效掌控訪談過程，以確保訪談所獲取的資料據有一定品質(胡幼惠，1996；引自楊銘宸，2010：38)。

本研究的訪談對象以「Live House工作人員」、「樂團成員」、「Live House參與者」、「觀眾」這四類為主，訪談內容主要針對個人在Live House的經驗、過去Live House的發展脈絡與今日Live House面臨生存問題的感想做為主要問題發想。

表 二-1 訪談者基本資料

受訪者	類別	年齡	職業	受訪地點
訪談者A	Live House工作者	32-35	Live House工作者	Live House
訪談者B	Live House參與者	40-45	建築師	嘉義高鐵站
訪談者C	樂團成員	28	影像工作者	工作室
訪談者D	樂團成員	33	樂器行業務	工作室
訪談者E	樂團成員	35	錄音師	自宅
訪談者F	觀眾	23	自由業	麥當勞

三、參與觀察的對象為台北市公館地區的五間的Live House，分別為：THE WALL、女巫店、地下社會、海邊的卡夫卡、河岸留言。透過身歷其境的觀察，了解較為真實的情境狀況，參與觀察，除了可以記錄現實現地的概況，過程中更可蒐集到無法直接取得的資料。且藉由參與觀察以建構台北市Live House當今的空間場景的描述。

## 第三章 Live House 的空間演變

### 第一節 美援時期前後，BAR、酒吧文化進入台灣 (1950 年代~1970 年代)

#### 1950 年代之後西方休閒文化進入台灣

自 1950 年代開始，美國開始在台灣駐軍，成立美軍顧問團 (Military Assistance Advisory Group，簡稱 MAAG)，台灣在各地如台北、台中、台南及高雄等地都有美軍派駐當時美國除了提供台灣大量的金援、協助台灣現代化工業的發展，美式休閒文化也大量登陸在台北、台中及高雄等大都市，提供美軍休閒娛樂需求的場所應運而生，美軍電台<sup>6</sup>的成立、俱樂部(Club)、酒吧(BAR)、PUB(在當時以 BAR 為稱)等休閒文化便在此背景下傳入台灣。

1965 年美軍全面介入越戰，台灣成為越戰後勤基地之一，不僅提供美軍軍事基地、後勤補給，並於同年成立「R&R」(Rest&Relaxtion)，接待大批美軍來台度假，台灣成為美軍的休假中心(鍾俊陞，1988：73)。

當時台灣社會流行「海港派」<sup>7</sup>的國語流行歌曲，乃相應於美援所帶動的經濟起飛，而造就新一代中小企業及年輕勞工，進而帶動了休閒與娛樂產業的發展，並興起一系列諸如舞廳、歌廳、電影、電視、廣播、唱片等都市大眾音樂文化的生產與消費場域(何東洪、張釗維，2000：153)。而這樣興起的大眾流行音樂，並無法向下收編，獲得年輕族群的認同；節奏鮮明、旋律輕快的西洋熱門音樂迅速地受到年輕族群的喜愛，年輕人在不斷地接觸、聆聽這些熱門音樂的過程中，學到了一些基本的演唱、演奏技巧，便開始自己組成合唱團(樂團)。當時的電台也舉辦了演唱比賽，以鼓勵學生們組團，優勝者更應邀至美軍基地

---

<sup>6</sup> 美軍電台，Armed Forces Network Taiwan，簡稱 AFNT，成立於 1954；全天候 24 小時播放美國告示牌排行榜上的暢銷歌曲以及各種類型的音樂，是當時民眾接收西洋音樂的主要管道。

<sup>7</sup> 「海港派」這個詞，一說是上海和香港三四十年代的流行曲風，一說是碼頭風格的江湖唱歌方式。60 年代起，台灣歌廳、夜總會門庭若市，「海港派」成了歌廳風格的別稱。

中演出；一時之間，西洋歌曲便成了年輕學子心中最時髦的音樂。

**BAR** 原來是歐美文化中常見的日常生活社交休閒場所，因此很自然的就隨著美軍駐防而引進台灣，是特屬於美軍社群的一種休閒文化，其中在台北以美軍顧問團、司令部、俱樂部鄰近的中山北路、雙城街、民權東路、民權西路、以及惠德街一帶為 **BAR** 的發源地與集中地。然而，因應美軍在異鄉不得紓解的性需求，當時的 **BAR** 卻日漸發展成艷名高幟的色情酒吧，以來台度假的美國大兵為主要消費群。移植自原鄉的 **BAR**，慰藉了美軍的思鄉情懷；而女人和酒，則麻痺了飽受戰爭摧殘的心靈(蕭伊容，1995：35)。儘管 **BAR** 的型式在台灣產生了變質，從原本以社交功能為主，演變為幾乎與情色場所畫上等號灰色空間。

## 1960 年代台北的音樂場景

當時由美軍自己創立的美軍俱樂部，為美國大兵主要並較大規模的娛樂場所，例如台北的六三俱樂部（圓山一帶）、十三航空隊俱樂部（新店）、台中的清泉崗美軍基地俱樂部（足以容納一萬人）。除具備酒吧的功能外，樂團的現場演唱與舞池的提供是俱樂部重要的空間形式，以提供美軍喝酒、看表演、聽音樂、跳舞的多重休閒、娛樂經驗。美軍方面會不定期自美國本土聘請西洋樂團至台灣的俱樂部演唱，不過同時，也需要常駐性樂團，進而培植了台灣本土第一批的職業樂團(陳曉偉，2002：四-4)。當時一些樂團在台北、台中美軍俱樂部演唱、磨練之後，也助長在都會的夜總會、餐廳中演出的機會<sup>8</sup>，中山堂亦成為當時會及樂團及樂迷的最大聖殿(何東洪、張釗維，2000：158)。

美軍俱樂部的音樂現場演出風氣同時影響至台灣各大城市的娛樂夜生活，一些飯店附設的夜總會紛紛增設熱門樂團的現場演唱節目，標榜樂團演唱的西餐廳亦在此時期出現。俱樂部提供美軍休閒娛樂的活動，同時複製了美軍熟悉

---

<sup>8</sup>當時的演出地點有中國之友社夜總會(F.O.C.C)、豪門、國華飯店、第一、國賓飯店、香港西餐廳、喜臨門及後來的艾迪亞等。而當時熱門樂團有雷蒙、M.J.D.、電星、雷鳥、石器時代、卡士摩、安琪兒、陽光、艾克遜、時光、鵝媽媽等。

的娛樂場景，以營造削減思鄉之苦的心理；而夜總會與西餐廳，則是本地人「崇洋」（崇尚西方/美式文化）的休閒消費空間，夜總會附設於飯店，備有舞池；而西餐廳則以欣賞西洋音樂表演為主，二者皆屬於較高社經階層人士的消費場域（尤其夜總會更是如此）。當時台灣尚未邁入工業化和都市化的階段，增加社會生產是政策重點，在休閒意識並不發達的時代下，休閒娛樂被視為是不當的消費，也尚未成為獨立的生活場域(蕭伊容，1995：32)。此時的諸類休閒場域，其實再現著濃厚的階級意識，屬於上流人士的消費場域；一般而言，年輕族群根本進不來(陳曉偉，2002：四-4)。

在這樣的時空脈絡下，我們可以看到美式的休閒文化藉著一種殖民式的型態進到了台灣；從隸屬美軍官方的於美軍俱樂部、空軍基地等，到民間私人開設的 BAR 等空間，由台灣人為主提供美軍在台時的休閒娛樂等服務項目。當時的經濟狀況仰賴於美國的援助許多，在經濟與地位不對等的情形下，本國人靠著服務美國大兵賺取了許多外快，一種殖民者與被殖民者的型態又再次上演於當時。但不可否認的是，當時美軍的駐台，為國內的流行音樂開啟了另一扇大門，培育了國內第一批的樂團人才。

而 BAR 的音樂文化與空間形式，為台灣日後音樂空間的發展建立了樣本；但也因當時變質的休閒文化，讓國人對於此類型的空間場所上產生誤解。

## 第二節 美軍撤台後，從 PUB 的發展到 Live House 的前身(1970 年代中期~1980 年代)

### 1970 年代民歌運動興起的背景

70 年代民歌運動興起的背景，正值退出聯合國以及釣魚台事件之後，台灣遭受惡劣的國際地位政治處境，在青年知識分子(以大學生為主)間激起了民族與鄉土意識，移植西方的民歌經驗，熱血沸騰的學子們高喊「唱自己的歌」，在 70 年代後半，促成了屬於台灣的民歌風潮，稱「民歌時代」。

...正值退出聯合國以及釣魚台事件之後—民族主義以一種非教條的方式是活生生地上演；並接續者美國民歌運動的末梢—「回歸鄉土」的論述在音樂上因而有了依歸...在運動初期階段西方的民歌被挪用、轉化，成為現代台灣年輕人支在地—是與民族意識在認同的工具。(何東洪、張釗維，2000：178)

主導於青年學子的民歌，由於也在尋找民族音樂的意涵上，契合著統治政權的意識形態，因此成為紓解青年學子的熱情，即作為民族文化尋根活動的一環。這種肇因政治變局的背景，使民歌早期由少數青年學子的宣洩，突然成為一個全民關切的民歌運動(曾慧佳，2000，139)。這樣的社會背景，為民歌的出現與發展，提供一個優渥的環境。

民歌時期對於搖滾樂在台灣的發展來說，這恐怕是一場浩劫。當做為年輕人代言人以及文化力量之最具體展現的音樂，被政治以及商業的體系導向民歌與校園歌曲的意識形態，並且被絕大多數的年輕人所接受之時，對於那些真正展現爆發力、具有逾越既定規範能力的音樂來說，其空間也就相對地萎縮了。(何東洪、張釗維，2000：178)

70年代初，駐台美軍減至千人上下(1972年美軍停止來台渡假)，酒吧俱樂部紛紛關閉，而由台灣人所經營的民歌咖啡廳則在筆路藍縷中發展了起來(張南生，1991：112)。

## 休閒意識的大眾化

1960年代，在美元扶持以及擠壓農業生產的前提之下，台灣經濟逐漸起飛，早就出新一帶中小企業主及年輕勞工，也帶動了相對應的休閒與娛樂文化。其中，舞廳、歌廳、電影、電視、廣播、唱片等，逐漸成為都市大眾音樂文化的生產與消費基地(何東洪、張釗維，2000：153)。到了1970年代以後，隨著國際冷戰對峙的氣氛趨向緩和，政府推動工業主義意識形態掛帥的國際現代化目標，積極納入國際分工體系，陸續推動一連串的工業化政策，加速工業化與都市化的升級。產業結構的變遷肇致了生活方式的改變，傳統農業社會中休閒與生產、儀式結合在一起的生活方式，在資本主義社會的生產模式下瓦解了。資本主義社會中的顧傭關係，使勞動力成為商品，出賣時間與未出賣時間的話分，將工作與休閒對立起來，從此休閒成為獨立的生活場域，不論在時間或空間上，都與工作區隔開來，成為提供愉悅經驗與紓解工作壓力的場合(蕭伊容，1995：33)。因此，在台灣工業化與都市化過程中，民間休閒意識逐漸浮現，由農業轉向工業服務業的新興都市勞動階層，帶動了都市休閒產業的發展與國民旅遊市場的浮現。

由於都市可以利用的空間有限，夜生活成了近年來商業資本投注與創造利潤的場域。在都市生活裡，夜晚成了主要的休閒時間之一。

## PUB 成為主流消費地點

1974年越戰結束後，來台美軍銳減，隨著美軍撤離，台北的BAR業日漸蕭條，以PUB為名的小酒館取代了過去的BAR，成為現今流行的名稱。僅存的BAR除了雙城街一帶因為鄰近風化區比較容易與色情行業掛鉤外，多數PUB又回復到原來單純的社交休閒功能。根據報導(林照真，1995/2/13)自從業

者在 1980 年左右和英國合夥人在台北開了一家英國風味的 PUB 後，此後陸續開張的小酒館多以 PUB 為名。在外國人較多的社區，如天母、台大、師大附近，成為外國人認識朋友、交換資訊的地方，同時也吸引了許多想學英文和喜歡西方生活方式的本地人在那消磨時間(蕭伊容，1995：38)。這時期的 PUB 在台北的夜生活中只是小眾的休閒方式，並且帶有濃厚的西方異國情調。

「PUB」起源於英國，「Public House」的簡詞，意指「小酒店」—有執照特許出售含酒精飲料的店，也稱酒館(pub)，是人們約會和休息之所。通常而言，pub與bar，最大的區隔在於能提供餐點，能供人吃飯；bartender(酒保)在吧台上扮演一個主持互動的角色，而pub的bartender不需要這種功能，它讓客人自己尋找自己的族群。這樣的英式休閒場所，約略於1970年代末出現於臺北市<sup>9</sup>，規模大小不一，為數可觀。其中，有的pub提供現場音樂演出，稱「live pub」，主要以樂團的形式演唱搖滾樂為主，另外也有爵士樂、西洋民謠等的現場演出。(陳曉偉，2002：四-16)

台北市PUB的出現，可以置放在80年代經濟發展下都市集體消費不足的脈絡來檢視，多元的休閒娛樂場所逐漸興起：民歌西餐廳（70年代的民歌廳）、卡拉OK、餐廳秀、Disco（舞廳）、MTV。其中，PUB是對應於都市中產而興起一西式中低消費的夜間休閒娛樂空間（相對於鋼琴酒吧等高消費場所），配合著吧檯的設置、昏暗燈光與原木材質的裝潢，搭配上撞球台、飛鏢與西洋音樂播放等西式遊樂設施與景觀，營造一種西式的休閒娛樂氛圍。不同於酒吧「喝酒小敘」的功能，PUB提供的是一個上班族在下班後能夠休息、生活、交誼的地方。而樂團現場演唱節目的提供，卻是偶然而成(ibid：四-16)。

至於80年代末，風行於台北東區的新興PUB並不依循者上述的發展脈絡而來，他是另在一個都會休閒商業炒作的脈絡下崛起的。台灣社會工業化與都市化的變遷，使得民間休閒意是逐漸興起。尤其到了80年代，隨著經濟景氣，國

---

<sup>9</sup>『犁人』pub 成立於 1977 年

民所得不斷提高，服務業凌駕工業成為主要產業，休閒部門因為休閒產業炙手可熱，很容易就吸引了商業資本的投資炒作，使休閒越來越走向商業化與消費化趨勢。此外，政府法規無力管束與解嚴後許多娛樂法規放寬，也更加助長了休閒產業的擴張。其中由於都市可拓展的空間有限，夜晚就成了另一個休閒商業投資的場域，24小時的日夜將藉不斷被打破，一波波流行的新興都會休閒豐富了台北的夜生活。這些新興都會休閒為了刺激消費者的慾望，不斷翻新與多樣化的組合是其主要特色，尤其是近年來更在裝潢設計上賦予「文化」意義，視為「符號性消費」的表徵(蕭伊容，1995：39)。

一般來說，新興PUB大致上都具有上述休閒情境的樣貌，但由於PUB是個移植自西方社會的休閒方式，因此對於本地人而言，它不再具有日常社區休閒中心的功能，取而代之的是一種異於日常生活的休閒歡愉經驗。新興PUB是崛起於台北東區的休閒商業脈絡，他不同於美軍時期的美式PUB來自於美國原鄉的日常休閒文化傳統，新興PUB之於台灣社會是一個在商業目的下被構築出來的休閒空間。特別是在強調符號性消費的社會狀況下，藉由裝潢設計與聲光效果所構築出來的風格化、美學化消費空間，以及在音樂、酒品或符號拼貼上大量採借西方外來文化的異國風情，使得新興PUB具有一種不真實的夢幻意象，是一個迥異於日常現實生活脈絡的休閒空間(ibid：59)。

總之過去十幾、二十年，PUB 一直都是外國人或者某些喜好、熟悉西方文化的本地人才去的地方，他存在於台北夜生活中，是以一種小眾的、一國的身分立足的。但在 80 年代末期，商業資本卻將它炒作為熱門的休閒商業活動，開始在都市的夜晚時空中蔓延開來，成為台北夜生活的主流之一(林蕙涓，1991：144；引自 ibid：35)。

### 第三節 1980 年代，PUB 多元發展，Live House 發展的雛形(1980 年代~1990 年代)

#### PUB 朝向多元發展

根據蕭伊容(1992)對於台北 80 至 90 年代的新興 PUB 研究，台北的消費方式越來越走向多樣化與符號化，由於生產技術的變遷、市場的區隔化和消費者對於商品的廣泛需求，使得多樣化的選擇成為可能，商品的符號差異性取代實用性成為消費的趨向。這種消費特質同時也反映在新興 PUB 的休閒消費上，如果我們將它拿來和早期美式 PUB 做一個比較，就明顯可以看出其中的差異了。

一般來說，PUB 的組成元素大致上可以分為酒、音樂、裝潢和顧客，這四者共同構成一間 PUB 的特色。早期的 PUB 或是外國人較多的 PUB，因為承襲於美軍時期的美國文化，所以大部分都是美式風格的 PUB。這一類 PUB 的特色，在裝潢佈置上多採用木製的桌椅與昏黃的燈光，讓人有一種溫暖的感覺。而長長的吧台是 PUB 的重心，除了提供餐飲外，主要是能夠讓人們在此社交聊天、認識新朋友。此外，這裡播放的都是西洋熱門音樂，喝的大部分是啤酒，還有一些是烈酒和調酒。這裡的組成份子大部分是外國人和一些洋味較重的本地人，他們來這裡喝酒、聊天、打撞球、射飛鏢，道地的美是日常社交方式。在台北，以雙城街一帶的 PUB 最具有這類 PUB 的特質。

由於發展的脈絡不一樣，新興 PUB 和早期的 PUB 展現出不同的風貌，新興 PUB 形式更為多樣化而且更具有符號性消費的特質。如果以目前市場上的分類，新興 PUB 大致上可分為 Disco PUB、樂團現場演奏的 PUB、和純飲的 PUB 三大類，但不論哪一類 PUB，在酒、音樂、裝潢和人這四個元素上都非常的多樣與強調趣味和氣氛(ibid：40)。

在當時 PUB 多元發展的情形下，再以具有現場樂團演出的 PUB 做為討論對象，可將其分為兩支：一是延續美軍度假時期而來的樂團，營造著一種大眾化的音樂休閒氣氛。樂團在台上演唱顧客比較耳熟能詳、或是容易接受的西洋歌曲；同時為了炒熱現場氣氛，演唱者甚至會講講笑話。樂團在 PUB 裡僅是一種助興、娛樂顧客的催化劑。

另一支的發展則以現場演唱為主，觀眾以觀看樂團、欣賞音樂為主要的消費目的；此類型的 PUB 與上者最大的差異在於，歌手或者樂團開始改變表演模式，從以往翻唱著西洋熱門歌曲到開始演出自己創作歌曲，甚至培養了自己的樂迷，這時，這類型 PUB 便逐漸轉變為今日的 Live House；據訪談者 D 對於 PUB 轉變為 Live House 的描述：

早期所謂的 Live House 最早就是「Live Agogo」，他一開始也是 PUB，只是那個時候開始會有一些搖滾的歌手，像伍佰、陳昇，主要不是他們(Live House)轉變，是這些歌手轉變，變成他們這些人都會去那邊唱，然後都是唱自己的作品，慢慢的帶起風潮，才會讓那些唱 COPY 的風氣轉變，其實不是這個店去改變這個風氣。

由上述訪談內容推斷，當時最具影響力的 PUB 為 Live Agogo，亦是伍佰、陳昇、萬芳等台灣歌手成名的地方。此時期伍佰帶起了一股欣賞現場演出的風潮伍佰在 1995 年才算正式崛起（打入主流），被視為「pub 文化」的抬頭（李玉貞，1996:7-4、5；引自簡妙如，2002：191）。伍佰所帶動的欣賞樂團現場演唱風潮，不同於過去台灣市場曾有過的樂團（即使也是搖滾樂團如丘丘、紅螞蟻等），而是在 1993~1994 年間，已風行於台北夜生活的 pub/live house 演出文化：「一走進 pub，眼前是層層人牆，除了別人的屁股和肩膀，看不見伍佰一丁點影子.....其實，這已經不是第一次了。不知從什麼時候開始，『每個禮拜五聽伍佰』，成為某一群人的習慣....」（翁嘉銘，1996:122；引自簡妙如，2002：191），在台北最時髦的夜生活／休閒文化圈中有高知名度；也可說是

當年在live pub的一則傳奇。

此外，這一類的 PUB 又另發展出一支，以社會關懷、社會運動的理念為經營的核心。從 80 年代的學運世代至 90 年代，台灣社會早已從「解嚴時代」走入「後解嚴時代」，政治威權體制鬆綁崩解、社會多元力量異質發展(何榮幸，2001：13)；更多的社會議題被搬上檯面上討論、爭取弱勢族群的權益，如原住民議題、性別壓迫等等。

在當時資訊未如今日發達的年代，Live House(或當時常稱為 PUB)不僅做為一個休閒娛樂的場所，同時作為一個資訊的傳播集匯集的據點，據訪談者 B 表示，在當時青年抵抗意識高漲的年代，幾乎每周都有抗爭運動；這時 Live House 就做為傳遞訊息的資訊站。

當時就是抵抗某種體制，比如說抵抗性別壓迫，女巫店就是，女巫店講白了就是抵抗性別壓迫，有這樣意識的人去搞出來的，或者說有這樣意識的人參與到老闆的經營裡面，然後就扭轉了整個經營的方向。有意無意之間形成一個陣地，有這種議題認同的就慢慢往那邊集結了，不管你是不是同志就會去了。因為那時候是跟很多社會運動綁在一起，比如說你碰到甚麼狀況，因為那時候網路還不是太發達，...變成說我們很多傳遞訊息的方式，這些就變成我們的陣地。常常搞一個運動、或搞社會抗議事件集結，就透過這些 Live House。

那時候溫羅汀那一代有很多是這種店，他的旗幟非常鮮明，他們大概有個共同的價值就是抵抗，抵抗這個社會等等。所以我講的這個大概都是 90 年代，我們念書的時候；像我們那時候狀況，假日，天天都有抗爭，常常在遊行。大家同學跑去外面、跑去跟某些社團搞在一起，跑去當志工，那時候也沒有志工這種概念，反正就是同一陣線，只要認同就去參予他們、挺他們就對了。年輕人熱血啊，就會被動員；原住民也好、教改等等，政

治的也有，很多議題，那時候已經百花齊放，所以慢慢很多人就需要有些出口，除了在街頭上，街頭畢竟是短暫的，需要有些空間，去做一點組織、或倡議，要去宣傳、讓人家知道，或是說跟人家結交、social，把你的網絡連結出來，才有力量。(訪談者B)

## 80年代的搖滾場域

PUB裡樂團作現場演出的風氣，與80年代主流音樂市場逐漸興起「樂團」形式的音樂商品有關。它促成了「熱門音樂大賽」後另一波的搖滾樂「正名」行動，前者為政權所給予；後者則為商業資本所認可其商品化價值。儘管，這類「唱片樂團」乃歷經一系列的去政治化、商品企畫與行銷，並將搖滾樂的反叛、顛覆意識轉化為「一時糊塗」、並且「迷途知返」的奮發向上情懷，而成為一種圖具形式，表面上為搖滾樂，骨子裡充滿商業邏輯的商品；然而，卻正向影響了社會對於「搖滾樂」的接受程度，使得都市人願意去消費具有搖滾樂意象的場所。不過，這也與「搖滾樂團演出」所營造更加西化與熱鬧的娛樂氛圍有關，明顯地與民歌西餐廳、餐廳秀、歌廳（國語老歌為主）等地域化的音樂娛樂場所形成區隔，吸引較為年輕、崇洋的都市上班族。(陳曉偉，2002：四-16)

在台北市，最初外國人士是Live PUB一個重要的消費客層，以位於忠孝東路與敦化南路交口附近的「犁原」而言，其外籍客源與經營者與外籍人士的生意往來有關；此外，live pub也並非於開設初期即有樂團演唱，乃業者陸續引入之節目型態（犁原最初還有民歌演唱）。這些來台經商的外籍人士，不乏為音樂好手，面對舞台一時技癢，無意間促成了Live PUB裡最初的樂團成員(ibid：四-18)——

樂團有德國的、英國、美國的，不只10個。來台灣才組成的外籍樂團比較多，少是直接自國外請來的團。他們白天都有其他的工作，甚至有人是「Banker」。因為有這樣的環境，所以這些外國人就組團演唱了。有些樂團，

原本還是客人，來台灣工作、唸書的...

這些表演樂團的組成，多半是在台北工作的外籍人士，白天工作，晚間則組樂團進行演出，釋放他們在祖國所吸收、喜好的音樂（搖滾樂）；新興的Live PUB有的也自國外聘請外籍樂團。很快地，Live PUB接收了台北當地的搖滾樂迷，作為長期缺乏獲得音樂資訊管道下的一個出口(ibid：四-18)。

我高中時代，喜歡一首歌，卻沒有地方聽的到能有人在台上把它表演出來，pub，就是一個僅有的地方，這些老外樂團，就會讓你得到這樣的滿足。也因為這樣的管道，台灣聽音樂的非主流族群，比主流族群（西洋音樂）還容易找到彼此（知音）...(ibid：四-18)

80年的民歌時代（1975-1983），台灣的搖滾樂迷歷經最深處的蟄伏，是音樂文化場域裡的小小眾人口，根據1983年6月所發行《小雅樂訊》（在當時以發揚搖滾樂為己任的小眾音樂雜誌）上的非正式統計，『全國真正的搖滾人口大約有一千兩百人』（尤大鑼，1992：88）。這些為數極少的搖滾迷（大多是18-25歲、大專程度的年輕族群），所能獲得搖滾樂資訊的管道，主要是少少的電台節目與翻版唱片，另外，即是同期興起的live pub與MTV（它最早的台灣版定義是『觀看音樂錄影帶的場所』，樂迷們可以欣賞到西洋經點搖滾樂團的演唱會實況）。live pub成為臺北市搖滾樂次文化的實踐場域，一個「僅有」能再現西洋「現場」搖滾氛圍的空間。藉由live pub，搖滾迷們相互連結、交換意見，也共同學習—

老外團一唱之後，大家就會問那是誰的歌啊... 他大概也會去介紹一下是哪個歌手在幾零年代唱過的什麼歌，那個時候大家會聽到一些真的有格調的歌曲... 那是他們的東西，他來篩選，來演唱。

當自己還是初次玩學生團的小高中生（大概1981年），我的主唱硬拉

著我到雙城街的『犁莊』聽團，這是自己第一次感受到搖滾樂的現場魅力，職業水準的，跟學生團表演差太多。去聽團，有一種朝聖的心情，怕怕的，因為地方實在太陌生，但是非常震撼，很難忘記！

那個時候樂團演奏的曲目夠經典，很感動…除了感動之外其實也有這個寓教於樂的功能。那個時候接觸西洋音樂的管道不多，然後也沒有一個足夠的資料庫，讓你去追朔…因為他們很了解它們的東西…像那時候Bon Jovi 就已經非常紅了，可是他們不會去唱他的歌，他們會唱EltonJohn 的「Crocodile Rock」反而更搖滾，因為這是一首很經典的搖滾歌。

整個80年代，回應了稍為社會所接受的樂團風氣，臺北市的live pub卻複製了一個明顯偏向西方音樂潮流的搖滾樂空間(以現場演出而言，是最接近的了)。這些外籍樂團，在外籍顧客以及搖滾迷的支持下，對於演出內容(音樂類型、曲目)握有高度的主導權，絲毫不受當時台灣流行音樂風潮的影響(初形成之國語流行音樂市場與僅僅追隨排行榜、保守的西洋搖滾唱片代理)，成為臺北市當時特殊、「奇觀」一般的音樂地景，並連繫了一群邊緣的搖滾樂次文化群體。(陳曉偉，2002：四-19)

## 第四節 1990 年代後，Live House 逐漸發展成形

### Live PUB 開始唱自己的歌

從 50 年代開始翻唱著外國的流行搖滾歌曲，提供當時來台度假的美國大兵在酒吧裡的助興工具；搖滾樂在台灣的發展，因 70 年代民歌風氣盛行下，淪為小眾、非主流的音樂類型。直到 80 年代，在台灣屬於非主流的搖滾樂開始有了屬於自己音樂空間；90 年代獨立音樂空間便開始邁向多元發展。

若要問九〇年代和八〇年代台北音樂場景有甚麼差別?最大的不同也

許在於—Live PUB 裡的樂手終於開始唱自己的歌了。(羅悅全，2000：65)

Live Pub在經歷了數十年的翻唱外國歌曲的經驗，從民歌運動時的「唱自己的歌」的精神，慢慢地也在台灣的樂團圈開始發酵；到了九〇年代，開始有了創作型樂團，而此時期有些Live Pub也開始鼓勵樂團多以自創曲做表演，例如1994年於羅斯福路成立的「Scum」，要求所有登台的樂團，至少要有一首自己的創作曲。

1996年之後，新一代獨立樂團數量開始蓬勃，根據徐楓惠(2006)寫到破報第345期<sup>10</sup>對於音樂空間與聽眾在認知上的轉變作了以下的描述：

六七年級生消費力普遍的提高，表演動輒千元價位，投資下來荷包也瘦。且特別的是，好像使用者付費的邏輯一旦根深，卻可能拉擴出一條隱形安全線，原本Live Pub煙漫充斥著不只音樂，更像是飢渴尋找團體認同的生活態度，一個地點等於一個集體記憶；而那所謂的安全線，即是台下in的狀態以聆聽音樂為優先，衣著時髦的青(少)年正排隊入場，聽的時候謹守觀眾角色，頂多有點吵有點鬧有點抽煙喝酒，鮮少再有群眾砸場的失序(當然不是指那樣好)，或你看到濁水溪公社某場才幾分鐘又砸爛樂器的早洩只摸摸鼻子不作聲想說這也是行動唄(雖然不太懂)，置身在哪个LivePUB其實並不重要，秀演完了人就離開。(徐楓惠，2006：78)

台灣則發展出Live Pub，不同於PUB在國外藍領階級下班後喝一杯，未必有現場演出的休閒背景，獨立樂團演唱空間風氣轉換，同期破報下了一個註解：

短命除經營不善的正常理由之外，或是尚處磨合樂團風格與樂迷接受度的耐力嘗試，也可說是兩者未能形成穩定相應產業的互益有效模式，DIY

---

<sup>10</sup> 林倩如，「熄燈讓位給消費，衰老的靈魂應早點不治—Pub、Club、Live House 到夜店」，破報 345 期，2005/01/24。[http://publish.pots.com.tw/Chinese/CoverStory/2005/01/24/345\\_06cover/](http://publish.pots.com.tw/Chinese/CoverStory/2005/01/24/345_06cover/)

唱片未可維持樂團創作、形象能見度、主流唱片界也還沒計劃發掘非主流樂團等等運作氣候之前，以上前烈功成身退...(ibid)

Live House 承續 PUB 的空間型態，發展出一個屬於自己的空間類型。然而此時期的 Live Pub 與 PUB 仍然並沒有一個明顯的空間區別。但在音樂上，Live Pub 則是以地下音樂/獨立音樂為主要的安排；從這時期獨立音樂的空間擴展，看出其在台灣社會風氣中漸漸轉型，地下音樂空間的實踐突破了主流社會下支配系統，從最初以唱別人歌曲為主要表演趨勢，到擁有獨立樂團自己的發表空間將自己的作品呈現在樂迷面前(ibid：77)。

此時期發展出來的消費空間，Scum，這個開始可以唱自創曲的獨立空間，沒有PA高級音響設備，演出票口兼賣啤酒作為吧台，二十多坪的狹小空間，舞台和樂迷連成一氣。1995年Scum受鄰居抗議噪音問題，兩次搬家(一為中山北路、另一為通化街)，同時也有另外幾家新PUB；在金山南路上的B-Side由樂吧教父凌威所開，刺客樂團韋韋的Boogie，以open stage為節目籌劃方式(上台表演喝酒免費)、演出者事前sound check的形式(ibid)，然而在1996年後兩者同Scum一起結束營業。

1990年代台灣解嚴之後，台灣開始有夜間休閒的觀念，夜店的本地需求出現，種類隨之多樣化，有的以異國風情、特殊裝潢取勝，有的強調音樂品味或駐場樂團，吸引以年輕單身上班族為主的客人上門。除酒吧之外，1986年舞禁解除後，舞廳也開始出現，當時叫 Disco Pub。不同於酒吧多為熟人相約同樂，Disco Pub 除了跳舞外，最主要的功能是提供陌生男女社交機會。

在 2000 年前後，隨著媒體狗仔化，「夜店」這個詞開始頻繁出現，同時指稱酒吧與舞廳，這個詞常和「直擊」寫在一塊兒。狗仔著眼點當然是夜店裡性荷爾蒙四溢正供應了取之不盡的八卦與奇觀。總的來說，夜店這些詞包涵著曖昧、情迷、人慾橫流等等負面意義(羅悅全，2011：130-131)。

至於 Live House，這種強調獨立樂團現場表演的場所於 1990 年代出現時稱為 Live Pub，從這裡正可看出其與夜店本乃同根生，就台灣文化治理來講，二者沒有差別。1996 年台北市執行了一次掃黃行動，Scum、B-Side、Boogie 等 Live Pub 便遭到池魚之殃被一併掃掉。

就表演跟喝酒是同一個地方，就像地下社會一樣。是後來 Freddy 慢慢把他拉開來，我覺得是聖界那時候慢慢區分開來。那時候就有講啊，平常都是關起來，只有幾天有開，都是來看表演。看國外一些影片也是，就是一間倉庫很大間，都空的，就是一個舞台這樣，辦活動，表演的時候就進去，蓋章嘛，一個小吧台賣瓶裝的東西。(訪談者 E)

而在 Scum 結束之後，於 Scum 表演的樂團則轉進了於 1996 年所成立的女巫店；在女巫店這個以著重陰性價值觀為經營理念的空間，完全迥異於台北曾出現過強調「地下」、「創作」、「邊緣」的 Live Pub。以往這些 Pub (人狗跟螞蟻、Scum、Boogie、B-Side) 呈現出來得是陽剛威猛的搖滾氣質(羅悅全，2000：87)；而當時這些地下樂團必須降低演出音量，甚至是改變演出方式，以 Unplugged 的方式演出，以免重蹈覆轍 Scum 的經驗。

同年，一間指標性的樂團演出空間開幕了—「Roxy Vibe」，當時曾被媲美為「台灣的 CBGB<sup>11</sup>」的 VIBE，以創新的型態經營，將樂團與跳舞共存於同一個空間；其節目分為兩個時段，前半段為樂團演出的時間，而後半段則是以 PARTY 的形式讓顧客跳舞。而 VIBE 在做 PARTY 時，並不如一般的舞廳所播放時下流行的電子、舞曲，仍是以搖滾樂、非主流音樂做播放；不僅提供了「搖滾客」演出與觀賞的空間，也提供了「搖滾舞客」一個跳舞的空間。然而在 2001

---

<sup>11</sup> CBGB 是位於美國紐約的一個酒吧，它被公認為是龐克(PUNK)音樂的誕生地、一個搖滾聖地。許多非常著名的樂團都在這裡演出過，幾乎所有代表性的非主流樂隊都在這裡演出過。雖然這裡給的出場費非常少，但是能夠在這裡演出被視作一種榮譽。2005 年，由於租金問題，CBGB 面臨被關門的危機。2006 年 10 月，CBGB 關閉。

年的某夜，因查出一名未滿十八歲的未成年者冒用身分證進場，使得VIBE被勒令停業。隔年VIBE試圖換個新地點繼續提供樂團演出，然而在鄰居的反對下便終止現場演出的節目。

1999年，由閃靈樂團主唱 Freddy 一行人所創立的「聖界 Live House」在台北忠孝東路成立。自此，「Live House」一詞開始被人廣泛使用。「聖界」採用引自日本的詞「Live House」（指中小型音樂表演場）來稱呼自己，為了凸顯「音樂為主體」的純粹與純潔。1990年代中後新一代的 Live Pub 經營者開始採取拉開與夜店之距離的策略；像 1996 年成立的女巫店要求表演樂手避免使用大音量電樂器，禁止演唱吵雜的歌曲，這些限制條款反而讓女巫店走出自己特有的清新風格。聖界也甚至曾經強調不賣酒，只賣果汁等軟性飲料，好讓不滿 18 歲的觀眾也能夠入場。

聖界，我在那邊當過 PA 一陣子。也是在地下室，挑高很矮，比一般住家好像還要矮一點點，大家都覺得天花板很低；那邊也是辦很多活動，Freddy 弄的。很妙，他們也知道那邊很低，他們就重新再弄一次，Freddy 說"我們往上沒辦法，我們往下挖!"，他把舞池挖一塊下去(笑)，超爽的(笑)；往下挖差不多五十公分，結果就有感覺比較高了，超有想法的，很有創意。

聖界比後來的The Wall小很多，就下去一個地下室，然後有裝潢、矮矮的這樣。很好笑，有一次有個北歐的Metal團來，就是會甩龍捲風頭的那種，金髮的那種；他們比較高嘛，然後上面又矮(笑)，他們甩一甩頭髮會黏到上面的梁柱(笑)，梁柱也很粗嘛，就直接把他頭髮扯一小撮下來，燈光打下來就很明顯一撮金毛(笑)。就是很矮，而且他舞台也有一個高度嘛，他們又高，站上樑柱都快到他頭頂了。(訪談者E)

關於聖界的空間描述，透過訪談者 E 的描述，我們可得知，聖界當時的所在位置做為一個展演空間似乎並不相當合適。因此在 2003 年，聖界結束之後，Freddy 與董事長樂團的阿吉，以及春天吶喊創辦人 Jimi 合夥創立了「The Wall

Live House」，並從當代藝術借來「展演空間」一詞，將中文店名定為「這牆音樂藝文展演空間」。至此，Live House 便與酒吧、舞廳等等被叫作夜店的場所切割，自成一文化場景。

表 三-1 90 年代至 2012 之 Live House 相關紀事  
本研究整理

年份	事件	備註
1989	「Wooden Top」由 Double X 鼓手張志疆接手經營	
1991~ 1993	「息壤」(時間尚未確定) 「The Gate」改名為「Live A GO GO」(時間尚未確定) 「搖滾陣地」、「人狗跟螞+蟻」相繼成立	此時期以前樂團仍以翻唱(cover)為主要的表演形式 「Live A GO GO」為當時最具規模的現場演出空間
1992	「Hard Rock Café」開幕	
1993	So What 團員陳秦喜及張志疆因車禍喪命 1993 成立的「甜蜜蜜」聚集一批樂手，結合小劇場及前衛藝術表演	
1994	「Scum」成立，由骨肉皮主唱阿峰創立(台電大樓附近) 「人狗跟螞蟻」與其老闆毀於一場大火 「甜蜜蜜」改由「台灣渥克」接手，延續其原有風格;經營者吳忠煒於永福橋附近河場舉辦第一屆「台北破爛生活節」	Scum 要求登台樂團至少要一首自創曲 So What 團員車禍與「人狗螞蟻」失火，兩場悲劇之後，台北獨立樂團的翻唱時代正式落幕。
1995	「Scum」兩次搬家 「B-Side」凌威開設 「Boogie」刺客團長韋韋成立 三月「春天吶喊」舉辦 「北大專搖滾陣聯盟」成立	
1996	「Scum」、「B-Side」(樂團風氣不夠成熟)、「Boogie」、「台灣渥克」相繼結束營業 北大專搖滾聯盟舉辦「台灣樂團野台開唱」與墾丁的「春天吶喊」南北相映成輝 「EDGE」電子音樂舞場成立，兩個月後停業	四間 Live Pub 的結束原因為經營不善，加上此時期陳水扁市長掃黃波及

	「女巫店」成立 「地下社會」成立	
1997	「Scum」於 1996 年底結束後的地下樂團轉進「女巫店」	
1998	「Roxy Vibe」成立；「女巫店」的樂團又轉到 VIBE 表演 「地下社會」開始有樂團演出 「赤聲搖滾」在大安森林公園舉辦	「赤聲搖滾」首開廠商主辦獨立樂團演唱會先例
1999	「ooxx」成立，同年 12 月結束 「Z.G Live House 聖界」Freddy 一行人創立	
2000	「河岸留言」成立於公館	
2001	「Roxy Vibe」被勒令停業	2001 年 8 月某夜臨檢，查出一位冒用身分證的未成年者
2002	「Roxy Vibe」於 6 月換新地點開幕，但因鄰居反對之下，終止樂團演出	
2003	「The Wall」開幕 「河岸留言」因建築設計不合規定，面臨勒令歇業危機，改善後得以繼續經營	
2004	「海邊的卡夫卡」成立 「The Wall」被紐約時報評選為台北市夜間重要景點；同年北市府出版英文觀光導覽刊物中，被譽為市內最佳地下原創音樂的展演場地	
2005	「地下社會」於 6 月 30 日遭罰，暫停樂團演出一年。（一年後恢復演出）。 9 月「The Wall」受北市商管處及工務局罰款 8 萬元。音樂人發起「文化紮根·推動立法：催生音樂文化政策」連署與倡議行動。進行多場座談與邀請立委參與的公聽會。	取締項目為營業項目不符、不可表演
2006	「The Wall」、「河岸留言」、「地下社會」等，七月面臨禁演禁酒的危機 5 月 26 日在立委林濁水、林淑芬等人的協調下，危機暫緩；Live House 的主管機關將由文建會接管。 「地下社會」於 7 月 1 日恢復樂團演出。 文建會對台北「地下社會」、「The Wall」、「女巫店」等 Live House，以獎勵「藝文空間」名義頒發獎勵狀。	
2007	8 月青輔會發動，協同政府中央部會，共同商議 Live	

	House 正名議題，邀集音樂人及 live house 業者開了無數會議。	
2008	「河岸留言」西門紅樓	
2009	華山文創園區「Legacy」 「Roxy Vibe」於 4 月租約到期結束營業	
2010	前行政院新聞局爭取設置「音樂展演空間業」營業項目登記；定義內容「指提供音響燈光硬體設備之展演場所，供從事大眾普遍接受之音樂藝文創作者現場演出音樂為主要營業內容之營利事業。」	
2011	<b>3 月 6 日台中發生 ALA Pub 大火事件</b> 5 月「女巫店」因不符都市計畫法令(被北市都發局明令非商業區不得經營酒吧等所謂八大行業場所)勒令停業，面臨結束營業；北市府出面協調後，危機暫緩。 5 月台中市的 89K 與魚骨 live house 相繼被迫歇業。 5 月台北女巫店 live house，在台中大火事件後加強執行之由宣布歇業。歌手張懸等聲援後，北市文化局長謝小韞出面解決歇業風波。 「Pipe Live Music」於公館自來水園區成立	ALA 大火造成 9 死 12 傷 北市府決定修改「台北市土地使用分區管制規則」，增列「音樂展演空間業」，未來 Live House 經認定屬音樂展演空間業。 魚骨／民間再度發起「搶救文化搖籃說明會」、「我們需要基層的聲音」音樂會、遊行抗議。
2012	7 月 15 日「地下社會」因消防法規的限制而停業；一個月後在文化部的協助下復業。	

## 小結

總結以上所述，我們可看到 Live House 這一空間的發展脈絡；最初由五〇、六〇年代的美軍援台時期所植入的 BAR、PUB 文化，它最剛開始是一種自然而然地從原鄉帶來的日常社交休閒方式，是屬於美軍社群生活的一部分，並不融入台灣社會。然而，在美國加入越戰期間，台北被指定為駐越遠東區的後勤基地，同時也成為越戰美軍紓解戰場壓力的度假中心，大量來台美軍帶來了龐

大的消費力；為因應美軍的休閒需求，在美軍基地、美軍俱樂部與 PUB 等地方，提供樂團的現場演出，進一步地培植了台灣第一代的樂團人才。此時期由美國傳入的休閒文化，日後逐漸發展衍生出許多貼近台灣本土文化的休閒型態；但也由於當時許多的 PUB 另轉化為提供美軍色情買賣的場所，似乎因此導致日後與 PUB 屬性相近的空間常給予一般大眾一個負面的刻板印象。

隨者美軍逐漸撤離台灣，與七〇年代中台灣在遭受惡劣的國際地位政治處境中，青年知識分子間激起了民族與鄉土意識，亦開啟了民歌運動的時代；原本提供美軍休閒活動的場所紛紛關閉，而由台灣人所經營的民歌餐廳則開始發展了起來。民歌餐廳在當時不但成為了當時的休閒文化之一，亦成為了國內重要的現場演出場所；另一方面，承襲著上一代的美式風格的 PUB，有些亦有提供現場演出的表演，兩者皆開啟了國內現場演出的發展空間。

八〇年代 PUB 成為主流的消費休閒文化之一，其種類也越來越多元化，當中所提供現場演出的類型；一是延續美軍來台時期的現場表演，翻唱著熱門的西洋或國內的流行歌曲，營造一種大眾化的音樂休閒氣氛；另一則主要以現場演出為主要節目，樂團演出型態亦從翻唱漸漸加入自己的創作，而營造另一種獨特的音樂消費空間，當時稱之為 Live Pub。此一空間到了九〇年，伴隨著國內地下音樂的發展，Live PUB 在台北市一間間地成立，成為了地下樂團/獨立樂團的聚集與演出空間，但仍因為當時風氣依然不夠成熟，以及政府的取締、掃蕩等，許多店家撐不到五年就關門。

Live House 就是在這樣的休閒產業脈絡下產生，簡單來說是一個近二十年來由 PUB 空間所衍生出來的一個新的生態圈；不同於 PUB 經由商業炒作的結果，所產生一種現代都市夜間的飲酒、消費文化；Live House 另外形成了一種空間生產，一個獨立音樂的生產空間。

## 第四章 現今 Live House 音樂場景

### PUB 與 Live House 的空間差異

延續第三章 Live House 發展的歷史脈絡，可知國內現場演出文化從美援時期台灣第一代樂團在美軍基地、俱樂部、大飯店或夜總會演唱，到民歌時期的民歌手在民歌西餐廳所演唱，及在職業樂團裡在 PUB 裡駐唱，至九〇年代初努力建立風氣讓地下樂團(當時所稱)唱自己的歌的 Live Pub；直至今日，為獨立音樂與流行音樂提供現場演出空間—Live House。

本章針對 Pub 與 Live House 這兩種不同型態的空間比較其差異，比較的內容有為四節：第一節空間型態、第二節演出型態與觀賞空間、第三節消費行為與經營模式，以及第四節空間氛圍，以這四項為比較項目。本研究選定台北市公館地區的五家 Live House 作為研究樣本，分別為：「THE WALL 這牆音樂藝文空間」、「女巫店」、「地下社會」、「河岸留言」以及「海邊的卡夫卡」。樣本的挑選原則方面，選定營運至少超過五年以上之店家，以及對於獨立音樂之發展具有一定貢獻者為主。

為能夠清楚的討論其空間上的差異，本研究透過現場目測，繪製了幾家 Live House 的平面圖，由於是藉由一般顧客可目測的範圍所繪製出來的平面圖，因此圖面並無正確的比例，且其他工作人員的內部空間僅以大概的空間界定做表示；筆者所繪製的這些圖面純粹作空間上的示意與參考。

表 四-1 台北市 Live House 一覽表 本研究整理

店家名稱	簡介
<p><b>1.女巫店</b></p>	<p>地址：台北市新生南路 3 段 56 巷 7 號            成立年份：1996 年            簡介：            在台灣地下音樂的發展史上，一直都佔有相當重要位置的女巫店，在其他類似的表演場所中如聖界、河岸留言、華山等等，算是老字號的了。由於地緣的關係，避免影響到附近的居民，這裡才由原來的表演搖滾樂的場所，轉型為現在的以爵士、民謠為主。之所以將店命名為女巫店，除了是希望聽起來“酷”一點之外，也希望來到這裡的每個人都能有像女巫一般的“主動性、行動性”，無論是在聆聽音樂或是生活上，都能有更開放的心胸與態度。(資料來源：TAIWAN FUN 雜誌，2003 年 8 月. VOL.3 ISSUE8)</p>
<p><b>2.地下社會</b></p>	<p>地址：台北市師大路 45 號 B1            成立年份：1996 年            簡介：            民國 85 年開始營業的「地下社會」，是由當時經歷過學運的三個熱血青年所打造。店名的構想是由南斯拉夫導演 Emir Kusturica 的「地下社會」一片而來。直到現在，地下社會一直沒有太大的改變，對樂迷來說，它一直都是要聽好音樂的最佳去處；對樂團來說，它不但是呈現自己創作作品一定得經歷的舞台，地下社會的大門也永遠為樂團朋友們而開，沒有表演的時候，總是可以看到他們 35 成群地在這喝酒、聊音樂。這裡所聚集的人氣，及那一份樸實而真誠的感覺，相信是很多人一來再來的原因。(資料來源：TAIWAN FUN 雜誌，2003 年 7 月. VOL. 3 ISSUE 7)</p>
<p><b>3.河岸留言—音樂藝文咖啡館</b></p>	<p>地址：台北市羅斯福路三段 244 巷 2 號 B1            成立年份：2000            簡介：            位於公館台電大樓旁的「河岸留言」，從小小的樓梯緩緩下去，兩旁是貼滿了過往精采表演節目的寫真、樂手的大幅海報及獨立樂團們的心血結晶。2000 年成立至今的「河岸留言」，負責人是一位資深的吉他手—林正如老師 (Geddy)，在他對於音樂的堅持與狂熱之下，河岸留言如今在樂迷口耳相傳之下，儼然已成為公館地區的音樂地標。</p>

	<p>在這裡可以聽到的音樂類型包含三種：Jazz、Rock 'n Roll 以及獨立歌手的演出。搖滾樂團從已經極具名氣的四分衛、閃靈、董事長到新竄起的新秀樂團都有。曾表演過的獨立歌手也有阮丹青、巴奈、陳姍妮等人。「河岸留言」可以說是一間全年無休，幾乎每天都有 Band 演出的店。(資料來源：TAIWAN FUN 雜誌，2003 年 9 月. VOL. 3 ISSUE 9)</p>
<p><b>4.The Wall 這牆音樂藝文展演空間</b></p>	<p>地址：台北市羅斯福路四段 200 號 B1          成立年份：2003 年          簡介：          The Wall 這牆音樂藝文展演空間，是由台灣獨立音樂界的重要推手「董事長樂團阿吉」、「墾丁春天吶喊主辦人 Jimi」、以及「野台開唱主辦人 Freddy(閃靈樂團主唱)」三位好友聯手打造的搖滾重鎮、為台北最大的 Live House。          The Wall 位於台北市中心公館商圈，百老匯影城的的地下一樓。不同於一般 Live House，這是一個結合音樂、電影、餐飲、服飾、玩具、展覽、無線網路、刺青、Live 的藝術空間。          沿著這牆入口樓梯向下走，進入這牆之後，會看見地下街道「這街」上個是特色小店，有提供樂器教學、販售維修以及練團室的「The Ball」。再從「這街」彎入「那街」，映入眼簾的是阿 J 師傅的刺青店「J's Tatto」，店內櫥窗玻璃充斥滿滿的刺青藝術；另一端座落的還有 Street Bar「Free Hugs」，提供各類美食與調酒。          沿著「那街」進入「另一條街」是「小白兔橘子唱片」，販售著台灣當地以及國外代理進口的獨立搖滾唱片。街道最深處還有「art4p」，art4p 是一間設計創作公司，除了設計之外，亦提供原創性商品的銷售通路。而在 art4p 旁邊，即是「The Wall Live House」的入口，幾乎每日都有不同的樂團現場演出，LIVE 表演則以國內外創作為主，Live House 內亦有吧台提供調酒和各類飲料、輕食。          (資料來源：The Wall 這牆音樂藝文展演空間官方網站)</p>
<p><b>5.海邊的卡夫卡</b></p>	<p>地址：台北市羅斯福路三段 244 巷 2 號 2 樓          成立年份：2004 年          簡介：          即使 Starbucks 大舉進駐，誠品書店不停的連鎖跟變大，在公館 10 多年的兩家「挪威森林」仍總高朋滿座，阿寬絕倫手藝的義式咖啡，和總充斥在空間裡的好音樂，讓「挪威森林」仍是整個城市最重要的人文景點。「挪威森林」店名來自「The Beatles」的一首歌曲，也是村上春樹的小說名，老闆阿寬和 1976 樂團主唱阿凱一同策劃的「海邊的卡夫卡」，店名靈感正來自我們一起聊過無數的音樂和書和生活瑣事的咖啡店 ---「挪威森林」。</p>

	<p>「海邊的卡夫卡」除了「挪威森林」有口皆碑的義式咖啡基調外，也提供簡單又精緻的輕食，和散佈整個藝文空間中的唱片行和特色書店，小樹、林志堅等知名 DJ 駐場，周日下午，在陽光灑落整片落地窗的空間中，也固定有音樂表演和藝術個展。這裡可以讓你歇腳休息、欣賞好音樂、享受美食或一杯好酒、找本好書、找張唱片、與朋友聊聊天、或者什麼也不做、或自己一個人獨處無線上網的咖啡時光。(資料來源：海邊的卡夫卡官方網站)</p>
<p><b>6. 河岸留言—西門紅樓展演館</b></p>	<p>地址：台北市西寧南路 177 號          成立年份：2008 年          簡介：          如果展演文化可以被比喻成一條河，那河岸留言已經渡過了這條河上游的湍急與顛簸，而正式進入開展及匯流的平原期，我們將可以稍有自信的帶領這群與河岸共同成長的樂團，走向更大的舞台。          西門十字樓的空間，適當地在 2008 年初出現，正好填補了這個需求，我們的目標願景是：將底層的音樂文化，推展到一個成熟的舞台，讓觀眾有一個多樣貌、高品質之音樂內涵的選擇。          同時也希望與國際接軌，將引進一些高品質高水準的中型 size 的演出，藉此與國內樂團相互切磋，共同提升整體展演文化的水平。(資料來源：河岸留言官方網站)</p>
<p><b>7. Legacy Taipei 傳音樂展演空間</b></p>	<p>地址：台北市八德路一段一號，台北華山 1914 創意文化園區中五館          成立年份：2009 年          簡介：          Legacy 位於『華山 1914 創意文化園區』的中五館，場館由歷史古蹟改建而成，自 1914 年起，即為台北市的重要地標，近年更以文化創意活動的發展，成為台北重要的藝文活動聚集地。未來 Legacy 將融合園區的人文藝術傳統與 Live Music 的創新能量，成為台北音樂文化的發聲地。(資料來源：Legacy Taipei 傳音樂展演空間官方網站)</p>
<p><b>8. Pipe Live Music</b></p>	<p>地址：台北市思源街一號(自來水園區/公館水岸)          成立年份：2011 年          簡介：          台北首創休閒式藝文展演空間，位在公館自來水園區，依山傍水、百年古蹟、挑高的室內空間、簡潔及重工業的裝置從 100 年 10 月正式改型態且更名為「水管音樂/PIPE Live Music」這裡有著寬大的空間來提供樂團或是音樂創作者一個表演的平台。(資料來源：Pipe Live Music 官方網站)</p>

## 第一節 空間型態

從以往 Live Pub/Live House 的區位來看，大部分都位於住宅區裡的地下室，其區位的最大考量就是租金，其次則是隔音的問題；對一個基於興趣與理想而開設一間幾乎賺不到甚麼錢的 Live House 業者來說，地下室相對於一般店面的租金來的便宜許多。而對於時常舉辦現場表演的 Live House 來說，將表演空間設在地下室，可稍微減少表演時發出的巨大噪音。

每間 Live House 的空間形式都隨著不同的音樂表演類型與店家的經營型態而有所差異；表演類型簡單區分可分成靜態與動態兩種，靜態的音樂表演有輕音樂、不插電(Unplugged)<sup>12</sup>演出或者爵士曲風等；女巫店與海邊的卡夫卡即是以靜態表演為主，這兩間店的空間型態、裝潢風格與經營方式都較為相近。就店家的位置來看，兩間店都位於住宅區內，且店面都是在地面上開設；也因此，在沒有隔音設備的情況下，店家要求所有表演盡量以 Unplugged 呈現。

從「表四-2 台北市 Live House 所處位置」可清楚看到各家 Live House 是位於地上或是地下，是位於私人建築內或是公有建築；店家位置在地上且在私人建築內的僅有兩間，分別是「海邊的卡夫卡」與「女巫店」，這兩間的音樂演出類型如上一段所述，都是以輕音樂的演出、靜態表演形式為主。另外三間位於私人建築內的 Live House，則都位於地下室，分別是：THE WALL、地下社會與河岸留言(公館)；這三間的演出形式較為多元，從抒情、流行、爵士到搖滾、龐克、金屬，幾乎允許所有的獨立音樂類型的演出。其餘三間位在地上的 Live House 都於台北市公部門規畫的文化園區內，這三間 Live House 都於近五年內才成立，規模都比原有的五家 Live House 來的大，其演出內容以主流音樂與獨立音樂各半。

---

<sup>12</sup>不插電，就是“Unplugged”，直譯為“拔掉電源插頭”。“不插電”一詞的原意為“不使用（電源）插座”，現在多指一種摒棄全電聲樂隊效果的音樂形式。它透過儘量使用原聲樂器，以獲得純淨音色，來達到一種更原始樸實的“不插電”的效果。相對於經過電子設備修飾加工後的失真音響，“不插電”音樂人盡可能用本真的聲部和“鋼琴、木吉他、木貝司或人的掌聲”等原生樂器來保持音樂的純樸性。

表 四-2 台北市 Live House 所處位置表 本研究繪製

位置	私人建築	公有建築
地上	海邊的卡夫卡	「Legacey 傳」音樂展演空間(華山文創園區)
	女巫店	河岸留言 (西門紅樓)
		Pipe Live House(台北自來水園區)
地下	THE WALL	
	地下社會	
	河岸留言(公館)	

位在地下室的 Live House 有：THE WALL、地下社會與河岸留言，其中以 THE WALL 的空間最具規模；下去後會先經過一段地下街(THE STREET)才會進入到展演空間。地下社會與河岸留言的空間型態則較為接近，兩者皆是一條窄窄的樓梯下去後，就進入到室內的展演空間。

#### 女巫店

女巫店位在溫州街一條尋常的巷子內，店家並沒有做出任何醒目的招牌，僅在店面的牆上寫了「女巫店」的藝術字樣；反倒是樓上的「女書店」有著一個大大的招牌，幫女巫店增加了一個辨識度。

女巫店為國內現存開設最久的一間 Live House，店內除了提供現場演出表演外，平時是以餐廳為主要的經營型態。

店面沒有過多的裝飾，門口擺放著木製的家具與提供資訊的看板，背後是有粉刷紋路的白色灰泥牆、搭配著木製推窗，再加上上方的黃光投射燈，店面即給人一種溫馨、舒服的感覺。進入女巫店，玄關擺放著各式自由索取的刊物與 DM，牆上貼滿著各類資訊，包括電影海報、表演海報及廣告等等。

進到室內，一個明亮的內部空間，呈現了 Live House 另一種的空間型態；店內的裝潢如門口一樣沒有太多的裝飾，天花板上架滿著深色的橫木條，靠著木製的家具、店內擺放的許多桌上遊戲與燈光的设计，讓整個空間看起來簡單卻又不單調。

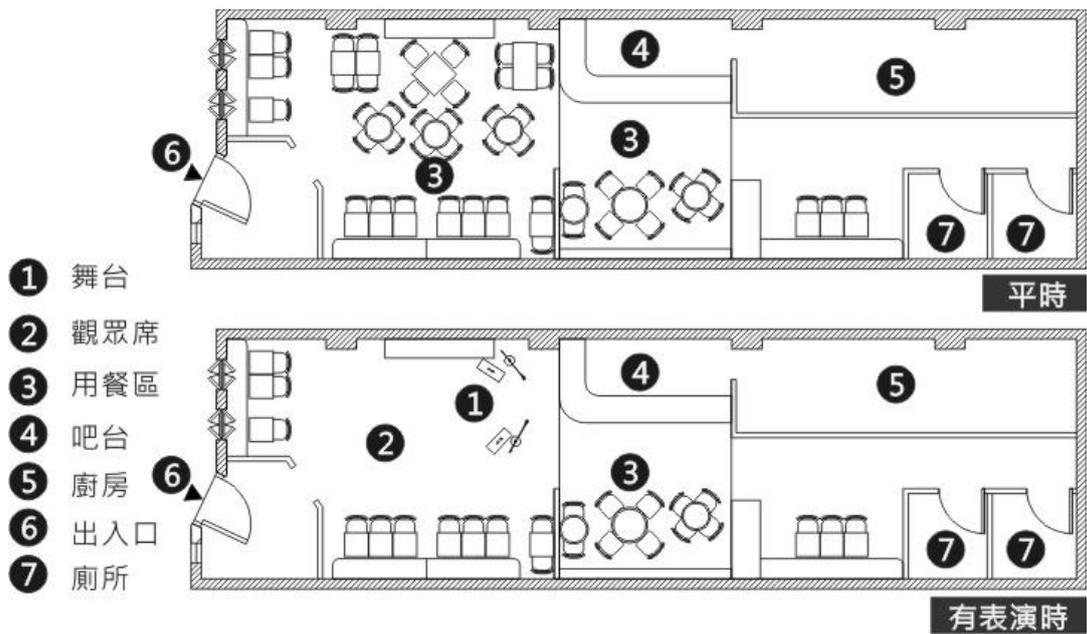


圖 四-1 女巫店平面示意圖 圖片來源：本研究繪製

在平時女巫店並看不出是一間 Live House，店內擺滿者桌椅，並無實體舞台的存在，亦看不見舞台的位置，如女巫店平面圖所示。但一旦有表演時，便會將部份的桌椅撤掉，演出空間即在吧台的前方。



圖 四-2 女巫店門口

圖片來源：biascona 部落格



圖 四-3 女巫店內情形

圖片來源：本研究拍攝

## 海邊的卡夫卡

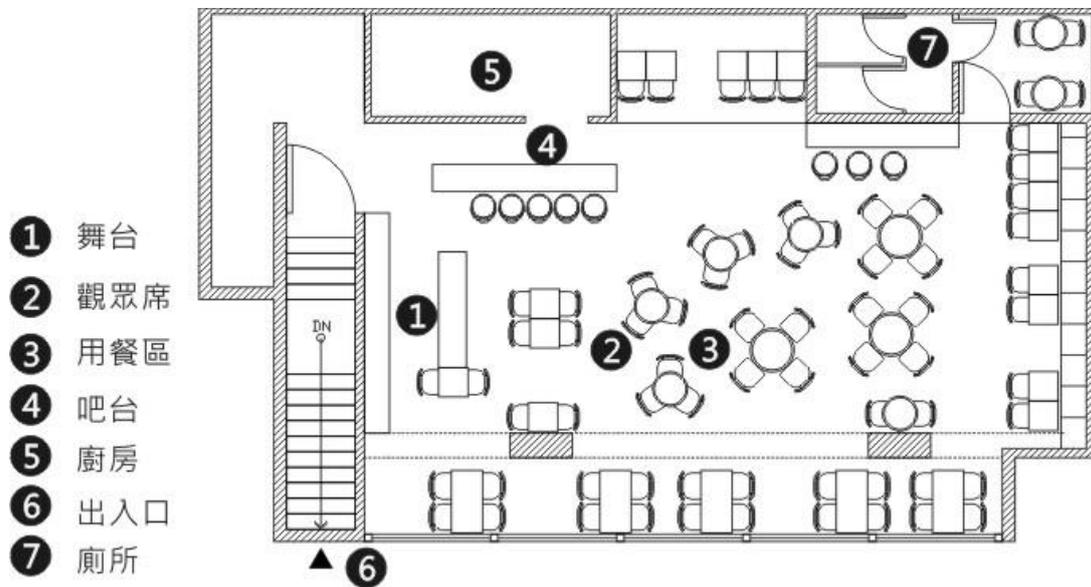


圖 四-4 海邊的卡夫卡平面示意圖

與河岸留言共處在同一棟建築物裡的海邊的卡夫卡，位於建築物的二樓，是台北市唯一一間位於二樓的 Live House。其空間形式就如同女巫店一樣，若不是樓梯的牆邊貼著樂團海報與海邊的卡夫卡的節目單，平常沒有表演時，並不易察覺這裡亦是一間 Live House。平時的海邊卡夫卡，主要以咖啡廳的型態經營，空間裡還設置了整面的 CD 牆與書牆，搭配著散佈在整間室內的咖啡香，整個空間呈現濃厚的文藝氣息。



圖 四-5 海邊的卡夫卡內部情形(一)

圖片來源：本研究拍攝



圖 四-6 海邊的卡夫卡內部情形(二)

圖片來源：本研究拍攝

## 河岸留言

從羅斯福路上台電大樓旁的巷子走進，沒幾步可看到一個小小的黑色招牌，上面寫著「河岸留言」；面對著入口，有一個向上與向下的樓梯，向上即是前往位於二樓的「海邊的卡夫卡」，向下則是前往位在地下一樓的「河岸留言」；兩間國內的重要獨立音樂空間就位在同一棟建築物裡，象徵著 Live House 之間並非競爭對手，而是共同提供獨立音樂更多展演的空間。

向下前往河岸留言，紅色調的牆面貼著一張張的獨立樂團的表演海報與節目單；樓梯下去到底就是一個簡易的售票台，轉個彎就可看到河岸留言的整個內部空間，乍看之下似乎與一般的 PUB 沒有太大的差別；整個空間除了入口與吧台區與舞台是有較明亮的燈光，其餘座位區/觀眾席則是採取較暗的燈光配置，每張桌上都有放置了一個小蠟燭；這樣的燈光設計無疑是為了要讓舞台空間成為整個室內的焦點。

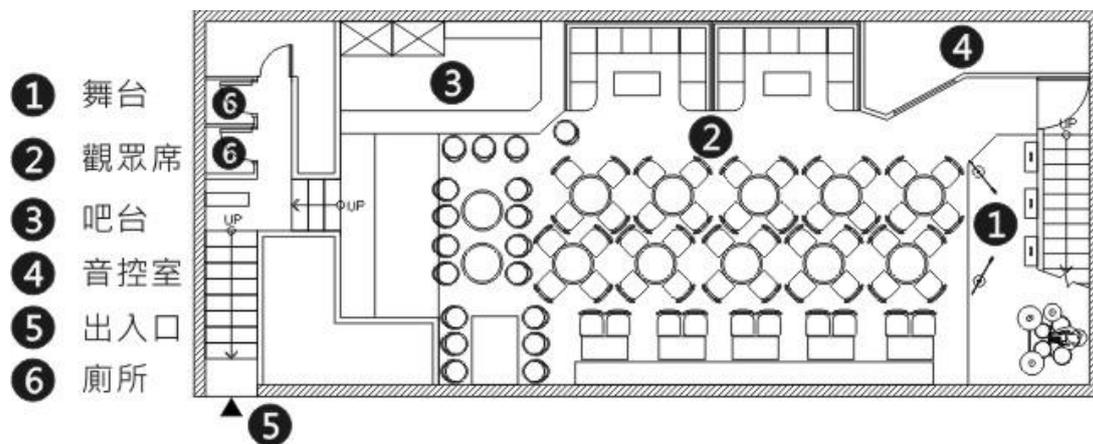


圖 四-7 河岸留言平面示意圖 圖片來源：本研究繪製

從平面圖來看其室內配置，可看到一個整齊，且緊密的座位排列方式，座位區/觀眾區裡如圖有兩個包廂式的座位區；靠近吧台區與入口處的座位則是放置了較高吧台椅讓後面的觀眾也能清楚的看到舞台上的表演。中間的座位區排列方式較為緊密，甚至無法正常的通行，必須以跨越椅子的方式進出；本研究推測，由於河岸留言的觀賞演出方式都是以坐著的形式為主，為因應當次人數較多的表演，因此才將座位擺放的如此緊密。

從室內桌椅擺設的方式，可判斷 Live House 與 PUB 的差異之處；藉由蕭伊容(1995)對於 PUB 的空間形式上的描述，PUB 通常是由一個吧台和圍繞周圍的數個桌椅所組成的。吧台是一個重心，掌理吧台的酒保除了負責調酒外，還要招呼客人、帶動氣氛。桌椅的擺置大致分為兩種，一種如吧台或長條形桌子，提供了開放式的交談空間，讓陌生人互相認識；另一種散置的小桌子，則讓熟識的人可以聚在一起聊天(蕭伊容，1995：58)。河岸留言的桌椅擺設方式並不是一個適合讓人暢所欲言的好地方，間距太過接近，很容易就被旁邊同時在聊天的客人所干擾；而如此緊密的座位，幾乎要與旁邊的人肩靠肩相坐，亦無法像 PUB 提供一個舒適、寬廣的座位，讓人喝酒、放鬆。



圖 四-8 河岸留言內部情形(一)

圖片來源：本研究拍攝



圖 四-9 河岸留言內部情形(二)

圖片來源：本研究拍攝

## 地下社會

地下社會位在師大路上，一個相當不起眼的入口，一不注意很容易就從門口前面忽視而經過；看似小小的入口，裡頭卻已孕育多少知名的樂團、音樂人。到了夜晚，師大路上的人潮比白天還要高出許多，而地下社會那小小的招牌悄悄的點亮了。推開那扇深色、舊舊的木門，門一闔上之後，就與剛剛才走過的那條熱鬧的街道隔絕了；從一進門就可看出地下社會的歲月痕跡，斑駁的深色木造裝潢，兩旁的牆上貼滿著樂團的海報與節目單，同時音樂不同從下方傳出；下去之後即看到一個昏暗的空間，僅有吧台與裡面的 DJ 播方台有較明亮的燈

光，其餘的僅有幾盞投射燈照在店內擺放的桌子上，昏暗的燈光讓人感覺即使已進到空間裡頭，卻還是具有神秘感。

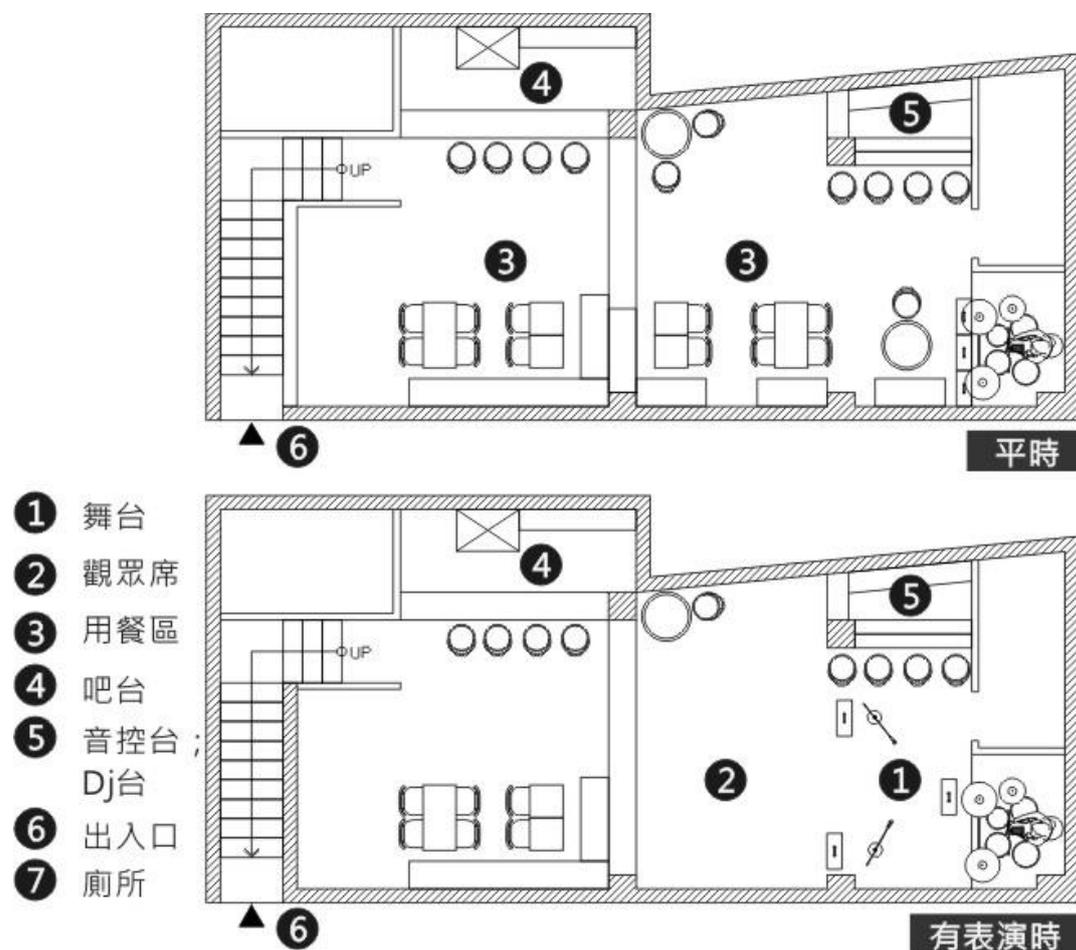


圖 四-10 地下社會平面示意圖 圖片來源：本研究繪製

在這小小的空間裡，總共只擺放了六張桌子供客人使用，剩下的座位即在吧台與 DJ 台前。而昏暗的燈光裡，依然可看見畫滿整間室內的牆面，帶有超現實的畫作，甚至包括天花板上。

地下社會與河岸留言的空間型態有多處相似之處，兩者都位於地下室，由一支窄窄的樓梯進到室內空間；一下到地下層時，兩者都將吧台設置在左手邊；兩者的店面大小有點落差，河岸留言的室內空間大於地下社會許多，從平面圖上可比較出兩者座位人數上的差別。而兩者都是將舞台設置於空間的最深處，但差別之處在於，河岸留言有實體舞台的設置，而地下社會則無。



圖 四-11 地下社會入口  
圖片來源：本研究拍攝

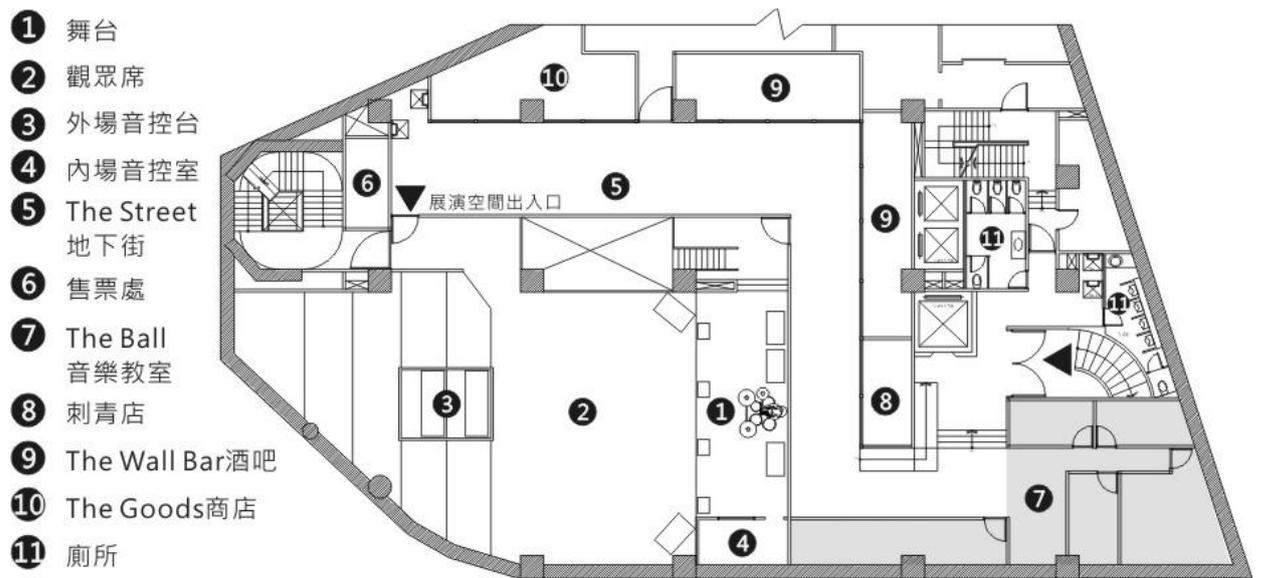


圖 四-12 地下社會內部情形  
圖片來源：本研究拍攝

### **THE WALL 這牆音樂展演空間**

從 THE WALL 的平面圖來看，可看出其複合式的空間型態，由一條名為「THE STREET 這街」串連整個活動空間，形成一條地下街。地下空間包括了「THE BALL」音樂教室、「J's 刺青店」、「THE WALL BAR 酒吧」、「THE GOODS 樂骨子」商店以及展演空間。

經由一個牆上有的「THE WALL」字樣塗鴉的弧形的樓梯向下走至地下室，過程中已經可以聽到音樂夾雜著稀疏的爵士鼓聲；到了平面即是「The Street」地下街，先看到的就是滿滿黑白塗鴉牆的「THE BALL 音樂教室」，再下個幾層階梯後，經過一間間的音樂教室傳出此起彼落的鼓聲；轉角的刺青店牆上貼滿著刺青師傅的作品；旁邊的「THE WALL BAR」提供一個舒適的空間，讓等候表演時可去那小酌一杯；再往前則是「THE GOODS 樂骨子」複合式商店，裡頭販售著國內外獨立音樂的 CD 與音樂周邊商品等；「THE STREET」走到底則是「The Wall 展演空間」的售票處與入口，往入口走進，先映入眼前的是一道紅磚牆，上頭掛著「THE WALL」字樣的鐵件招牌；最後進入了展演空間的內部。



從展演空間入口進去後，可看到一個木製地板組成、寬闊的觀眾區，觀眾區內沒有設置任何的桌椅，THE WALL 的音樂表演類型多樣，不同類型的音樂，觀眾便有不同的反應；例如表演者抒情曲風為主時，觀眾可能僅搖搖身體、隨著音樂輕鬆擺動；而當表演是以金屬樂、龐克為主，觀眾便有完全兩極化的反應，可能會在池裡衝撞、跑跳甚至揮拳；前方的觀眾區是一個寬闊的平台，後方的觀眾區是則一個階梯式的看台，為了讓後方的觀眾也能清楚的看到舞台上的表演者，因此以階梯式的設計架高了後方的觀眾區。為因應多變化的表演情緒，THE WALL 給予一個寬闊的空間，讓不同類型的觀眾隨著自己的喜好，選擇觀看表演的方式。

觀眾區前方是一個架高約一米的舞台，舞台與觀眾區之間裝設了一排的欄杆，以防止觀眾衝撞到舞台上的設備，或者表演者。舞台的內外都設有監聽的音控台(如圖 所示)，內場負責監控舞台內的音響聲音，提供樂手各自所需的樂器音量；外場則負責監控觀眾區音響的聲音。



圖 四-14 The Wall 的內部情形(一)

圖片來源：本研究拍攝



圖 四-15 The Wall 的內部情形(二)

圖片來源：本研究拍攝

## 第二節 演出型態與觀賞空間

從空間型態中談到 Live House 的表演形式可分為靜態與動態，兩者的演出形式也截然不同；其中 Live House 的表演空間又可分為「實體舞台的存在與否」，台北市的 Live House 中，女巫店、地下社會以及海邊的卡夫卡，這三間是屬於「無」實體舞台之設計；其餘的五家：The Wall、Legacy、Pipe Live House、小河岸留言(公館店)與大河岸留言(西門紅樓店)，皆屬於「有」實體舞台之設計。

因應實體舞台存在與否的表演場地設置，Live 演出也必然會隨著舞台存在與否而受其影響產生不同的變化—在「有」實體舞台設計的店家部分，表演者較侷限於舞台上表演，擁有明確的舞台地域自主，可就舞台設計而產生特定舞台效果；「無」實體舞台之設計部分，則是表演者之習慣，以及當日店內顧客情況，而選擇在某處撤掉幾張桌椅，並於周邊設定好相關音響設備即可演出(楊銘宸，2010：75)。

無實體舞台設計的 Live House，提供一種較為開放式的表演與觀賞空間，讓表演者與觀眾的距離拉至最近；例如女巫店與海邊的卡夫卡兩者，表演時，表演者與觀眾都是以坐著的形式居多；表演者能夠以較輕鬆的心情來面對觀眾，在這樣的氛圍裡，即使在表演的空檔間與觀眾閒聊幾句都像是演出內容的一部分。而這無實體舞台設計的這三間 Live House，其演出空間仍然有所不同；就

方向性而言，海邊的卡夫卡與地下社會的表演空間有個明確的方向性；前者的表演空間是在入口處的圖書牆前，後者則是在空間最底處；觀眾都朝著同一個面向觀看表演，這樣的方向性仍有明顯的主從關係。女巫店的演出空間是在吧台的前方，演出時，表演者就像是被觀眾包圍著，而觀眾就像是表演的一部分。這樣的演出形式讓觀眾能夠更親近表演者，使表演者與觀眾能有更親密的互動和拉近距離的可能。



圖 四-16 海邊的卡夫卡表演情形(一)

圖片來源：街頭好音樂 Streetvoice



圖 四-17 海邊的卡夫卡表演情形(二)

圖片來源：〈誰在那邊唱〉痞客邦部落格



圖 四-18 女巫店表演情形(一)

圖片來源：WoWo News



圖 四-19 女巫店表演情形(二)

圖片來源：〈一頁台北〉痞客邦部落格

有實體舞台設計的 Live House 的部分，實體舞台的存在對於音樂演出具有相輔相成之基效，對於許多追求表演品質之消費者以及表演樂首應該都有正面助益。同時，由於演出品質水準之要求，則 Live House 空間場景之經營者應秉持「君欲善其事，必先利其器」的態度，給予無論是獨立樂團/樂手或是主流歌手一個類正式的舞台(許銘宸，2010：76)。

畢竟 Live House 之音樂精神出發點，及提供一個非主流音樂表演者與創作

者自我發生與磨練的管道，並成為台灣音樂產業人才培育的日後推手、孕育音樂人的溫馨搖籃(許銘宸，2010：76)。

The Wall 的演出空間與其燈光、音響設備等，相較於在公館地區內的 Live House 來說，屬最具規模的一間；抬高約一公尺的演出舞台、寬闊的室內空間，搭配著專業的燈光、音響設備，使其成為國內最具指標性的 Live House。



圖 四-20 The Wall Live House 表演情形(一) 圖片來源：賀美西



圖 四-21 The Wall Live House 表演情形(二)

圖片來源：賀美西



圖 四-22 表演者與觀眾互動情形 in The

Wall

圖片來源：賀美西

### 第三節 消費行為與經營模式

目前台北市的 Live House 都以複合式為經營方式，展演空間結合酒吧、餐廳、咖啡店等等。在公館地區的五間 Live House 中，女巫店與海邊的卡夫卡的經營型態較為相近；前者的經營型態是以餐廳結合 Live House 的方式營運，如

同一般的餐廳提供簡餐、飲料等，店內也附設許多桌上紙牌遊戲供客人遊戲，獨立音樂得現場演出節目都安排在周末的時間。後者的經營型態則是以藝文咖啡館結合 Live House 的方式經營，白天時提供一個明亮的用餐與閱讀空間，到了夜晚則成為獨立音樂的演出場所。

地下社會與河岸留言的經營型態較為接近，兩者的營業時間皆在晚上才開始；地下社會以飲食店為登記名稱，河岸留言則登記為音樂咖啡屋；地下社會在平時就像一間小酒吧，裡面有一個吧台提供簡單的飲料，消費者可以點一杯飲料折抵低消待上一整晚；店家固定於每周三、五、六安排樂團演出的節目，演出當日則是以收取門票的方式入場。河岸留言的部分，幾乎每天都會有獨立樂團現場演出的節目，在台北市裡可算是活動最為頻繁的 Live House；消費方式則隨著當日不同表演者所定的票價決定。

The Wall 在一開始時，承襲著 Live Pub 時期，樂團人與經營者所建立的良好關係；許多與工作人員熟識的友人，常藉此套用關係而不用買票進場觀看表演；但久之，此舉對 Live House 的營收仍會造成影響。直到現任 The Wall 執行長 Orbis 接任之後，開始強硬作風以改善這種行為；同時也建立起「看表演是需要付錢」的風氣。

其實一開始很沒有章法，門口控管啊，因為門口都是聖界那些人直接過去，大家都認識，那時候樂團就會習慣說認識啊、幹嘛收門票，那時候就會習慣，顧口好像也不太好意思叫他們買票；後來他們(經營者)好像就是為了要硬起來，就甚麼事情都要有一定的規則，就找一批不是這一掛的來做事。那時候一開始大家都很不習慣啊，但是陣痛期之後大家就都習慣了，都要買票。

到 Live House 消費的顧客，通常是為了聽音樂或觀看表演，消費方式就是以當天門票的定價為主，Live House 的票價平均是落 300 至 500 元左右，假如

當天的節目是較有名氣的樂團/表演者，或者是從國外請來的樂團/表演者時，票價可能從 800 元起跳至 2000 元不等。另外消費者也可以在 Live House 裡喝點飲料；有時飲料會隨著門票可供兌換一次，有時則無；飲料方面則是以汽水與啤酒為主。酒水對於 Live House 的營運與消費者都是一重要的元素；Live House 業者有時必須靠者飲料的收入來彌補當天門票收入不佳的情況；而到 Live House 觀看表演的樂迷，也藉著酒精的催化，提升自己看表演時的興致，加速身體、情緒與音樂融合狀態。

我覺得應該要賣酒。表演者是沒甚麼感覺，可是看表演的會有感覺，看表演喝點酒比較好；如果去那些大型演唱會，那些老外開始前酒喝一喝才進去，就是助興。只是台灣比較奇怪啦，在國外 Live House 是 Live House，喝酒的地方會去 BAR，台灣早期就是那些玩樂團的，喝酒跟幹嘛的，就在裡面進行；看完表演就在裡面喝到爛醉，然後在裡面鬧事。那真正 Live House 是看完表演就離開了，真正所謂 Live House 就是提供 LIVE 的演出，給你看演出，就像現在 The WALL，不是讓你在那邊坐下來、喇賽；以前早期所謂的 PUB，就是喝酒的地方，只是多了演出，所以才會那麼混亂。The WALL 就不會亂，因為他沒有地方讓你喝酒，就只是在外面，跟裡面沒關係。(訪談者 D)

Live House 販售的是音樂，是現場表演，是聽 CD 時無法得到的臨場感；酒精僅是一種助興的工具，且剛好能夠增加 Live House 的營業收入。

以 The Wall 來說，門票收入為主要的營收，其餘的周邊商品、吧台僅屬於次要的收入。從目前 Live House 的數量與種類來看，可發現現今關住獨立音樂的人數持續增加，大家對於花錢看表演的意願比十幾二十年前都來得提升許多。然而，純粹靠展演空間的門票收入以維持店家經營，在現今這環境下仍然是有難度存在；以 THE WALL 這種中型的表演場地或者大型的場地像 LEGACY，門票絕對為主要的收入來源，這種中、大型規模的 Live House 並不像小型 Live House 如地下社會、女巫店等：門票為次要的收入，主要收入為飲料、供餐。

因此即使當日沒有音樂演出，小型 Live House 也不會沒有收入來源。而反觀中、大型的 Live House，必須仰賴門票收入賴以維生，因此無安排節目時，空間基本上是不對外開放。

演出節目的安排上，雖說 Live House 是以獨立音樂為主要的節目安排，但有的也會讓主流市場上的歌手到 Live House 演出，就類似承租場地的概念；唱片公司向 Live House 承租場地，讓自家歌手演出。對於中、大型規模的 Live House 來說，唯有讓主流市場進入，才足以支撐整間店的開銷，甚至才能夠達到盈餘。純粹做獨立音樂的演出節目，對於 Live House 來說較難以維持穩定的門票收入，有時入場人數僅僅二、三十人，因此衍生出了包票制度；包票制度指的是樂團向 Live House 提出企畫案表示有意在此表演時，業者為成本考量，要求樂團必須先買下一定數量的門票，樂團則必須自己販售這些門票，否則則自行吸收。包票制度的用意一是確保 Live House 不會因入場人次太少而虧本，二是希望當樂團想舉辦表演時，能夠做足自我宣傳的工作，進而驅動樂團的成長；因此時常有樂團為此，找了不同的樂團一起舉行活動，一方面共同分擔門票，另一方面也可讓另外一群的觀眾認識自己，達到宣傳效果。

到 PUB 消費的顧客大部分是以喝酒為主要目的，酒品也是 PUB 的主要收入來源；除了啤酒外，調酒類是 PUB 的消費大宗，許多 PUB 常以花式調酒作為吸引顧客的噱頭(蕭伊容，1995：40)。

#### 第四節 空間氛圍

Live House 給予一般社會大眾的印象如同刻板印象中的酒吧，黑黑暗暗的、髒髒的、帶點神祕感，然而大多數的 Live House 確實與這種形象相當接近。九〇年代時，位於公館地區的這幾家 Live House，一開始店家的定位並不做展演空間的使用，而是做為一種類似集會場所的空間；在台灣大學與師範大學這一帶的區域內，蘊含著豐富的人文歷史以及商業基礎穩定的創意生活圈，如同

Charles Landry(2000：201)所談到的創意氛圍：創意氛圍(creative milieu)是種空間的概念，可能指的是建築群、城市的某處、甚至整座城市或區域。它涵蓋了必要的先決條件，足以激發源源不絕的創意點子與發明的一切「軟」、「硬」體設施。這類環境是實質的，是一個讓關鍵多數企業家、知識份子、社運人士、藝術家、行政官員、政治捐客或學生等，得以置身其間運作的開放式國際環境，也是一個能面對面互動，激發創意，並創造工藝品、產品、服務與機構等，繼而使經濟成功的地方。其所指的「硬體」設施包含了研究院所、教育機構、文化設施、其他集會場所，種種建築與機構的網路。至於「軟體」設施則是關係結構、社交網路、社會關係、人際互動等，其中所談的網路包括了俱樂部、酒吧定期聚會、非正式交寄等社會網路；正如位於公館地區的這些 Live House 所提供的作，吸引當時所謂的知識份子、文藝青年或者社會運動份子等等，圍塑了一種公館地區的創意氛圍。

以地下社會來說，是由幾個 90 年代初參與學生運動的知識青年所成立，對於社會、政治改革的敏銳性，以及共同的前衛音樂的喜好，初期吸引了當時正在都市各個角落追逐夢想的文藝工作者，包括劇團演員、懷著電影和音樂創作夢想的年輕人、劇作家、甚至是已投身政治的青年知識份子(簡妙如，2011)，形成所謂的「地社幫」；同時期類似的場所還有「臘人工寮」、「柏夏瓦」、「漂流木」等等。

同時期成立的女巫店，在台灣女性主義社會運動風起雲湧的年代，於台大新生南路的巷子裡，第一個專賣女性主義相關書籍的獨立書店「女書店」創辦了。不久，一個也參與女權運動及女書店各色講座活動的年輕女孩，在女書店隔壁店面開設了「女巫店」(ibid)。

然而這兩家店都不是為了成為專業的 Live House 而設立，而是先經營出一個文藝青年的聚會場所，再同時安排一些原創音樂的表演。地下社會那小小的擁擠空間，不到一百人便會擠爆，台灣當時各種前衛、實驗性強的獨立樂團，快意地在這個骯髒、破舊卻很有個性的空間裡演出。而作為當時極少數在地面

一樓經營的女巫店，由於音場限制及女性經營者獨具的慧眼，安排的表演則是較靠近聽眾、氣氛溫馨、能聽出現場細緻表演能力的插電音樂，或民謠式的原創音樂(ibid)。由於經營理念的取向，兩間店在當時都具有一種反抗體制的情感存在，形成一種反叛文化、次文化、青少年文化的群聚地點。

之後在 VIBE、聖界等趨向專業演出的空間出現後，獨立音樂的能見度也越來越高，1999 年「樂團世代/地下樂團」已正式成為風潮(簡妙如，2002：194)；隨後 THE WALL 的成立，Live House 成為獨立音樂的演出重鎮，獨立音樂又做為青年的一種發聲管道；Live House 成為一種青年或者時所稱「文藝青年」的一個展現自我生活風格的所在。而到了 2005、2006 年，獨立音樂界發起「文化扎根，推動立法：催生音樂文化政策」的運動，由於當時聲勢浩大，更把 Live House 抬升至社會大眾的層面，讓許多青年將「去 Live House」這行為視為一種朝聖，視為一種生活風格的表現。

反觀到 PUB 的部分，其休閒消費型態明顯地呈現了一種濃厚的消費風格，並呈現出一種符號消費的特質，如時髦、新穎、強調個性化、美學化的空間設計並賦予文化意義加以組合，意圖藉由氣氛的營造提供人們感性認同的消費訴求(蕭依容，1995：43)。PUB 除了酒為顧客光顧的主要目的外，或者是去感受店內歡愉的氣氛。

Pub 最吸引我的地方，是在於它的空間設計，對於搞室內設計的人來說，PUB 是很有得玩的地方。有一次我從台中專程上台北，就是為了去一家在羅斯福 bnm 路上的 PUB，去看它的設計。那家的風格很特別，是在一個地下室，他們故意要把它做成像監獄的樣子，裡面用一些像是刑具、電椅、柵欄的造型，想要塑造一種監獄的恐怖氣氛。不過這家店已經關了。另外還有一家叫殺人命案現場，他在進門的地方用紅色油漆製造那種血跡飛濺的效果。(ibid：41)

## 小結

從空間型態來看 Live House，可看到本研究所選取的這五間 Live House 樣本都會於私人建築物內(如表四-2)，其中僅兩間(女巫店、海邊的卡夫卡)位於地面上，剩下三間(THE WALL、地下社會、河岸留言)皆位在地下一樓的位置；而從演出型態再來分析 Live House 所處位置，便可了解到女巫店與海邊的卡夫卡兩者的演出形式都以 unplugged 為主，由於兩者都相鄰住宅區，因此也盡量避免電子樂器所產生過大的聲響在店內發生。其餘位於地下室的三間 Live House，由於地下室已具有基本的隔音效果，因此並不避諱音樂的呈現方式，演出者在場地設備允許之下可盡情的詮釋自我的音樂作品，也因此這三間 Live House 音樂演出的領域較為廣泛；從輕音樂、爵士到搖滾、金屬一律包辦。

然而另外三間位於公有土地上的 Live House，都位於地面上，同樣具有多元的音樂演出類型，也可不需具有隔音設備，卻不需擔心會有擾鄰的問題發生，與另外位於地下室的三間 Live House 形成一個強烈的反差。至於相關的問題將在下一章節做進一步的討論。

從本研究所繪製的這五家 Live House 的平面圖可發現，所謂的「Live House」空間並不存在著特定的空間樣式；從早期的發展脈絡，有些店一開始並不以 Live House 為經營模式，而是以餐廳(女巫店)、PUB(地下社會)為出發點去經營，在歷經了某些事件(例如 Scum 的關門使得地下樂團轉進女巫店)，或者經營型態的轉變，進而有現場演出的節目。因此，相較於走向專業化展演空間的 THE WALL，在設備上與空間型式上都比小型空間要顯得正式與專業。但正由於發展脈絡與經營理念上的迥異，Live House 發展出不同的規模、經營模式與空間氛圍等等，正因以上種種的不同，使得 Live House 呈現多元化的面貌，各自擁有獨特性。

總結以上所述，我們可得知 Live House 與 PUB 之間的差異性，以商業資本主義掛帥的 PUB，其經營目的的最主要就是為賺錢，其經營理念便會影響著

整間店的空間型態，其標榜著多元化的休閒娛樂與個性化、美學化的空間設計，意圖營造特殊的氣氛來吸引消費者，它所標榜的、販賣的，更明顯地帶有一種文化商品的氣息，即呈現出當代符號消費的特色(蕭伊容，1995：39)。音樂在 PUB 裡，往往只是助興的角色，即便有樂團的現場演出亦是如此；現場演出僅是 PUB 的賣點之一，鮮少消費者會為了欣賞樂團而到 PUB 消費。反觀 Live House 則是完全相反的經營模式，現場演出為 Live House 的主要賣點。除了小型的 Live House 必須靠著賣飲料或餐點等商品貼補收入外，酒水之於 Live House 僅扮演著助興的角色。

## 第五章 Live House 現今發展與生存困境

### 第一節 流行音樂的孵化器

從九〇年代開始，Live Pub/Live House 孕育出了無數的優秀歌手與樂手；如九〇年代初期時常在「息壤」、「The Gate」、「Live A-Go-Go」表演的伍佰，藉由在這些大型 pub 演出所累積的經驗，增進現場演唱的實力並增加人氣，自此「伍佰」和「Live」正式劃上等號；同時也帶起國內一股現場演出的風潮。同時期的歌手還有陳昇、萬芳等人。如今這些歌手都成為主流市場上無人不知、無人不曉的一線歌星。

到了九〇年代中、後期，由伍佰所帶起的一股欣賞現場演出的風氣，並且帶動了一股「樂團」的風潮，地下樂團也乘著這股風氣，開始由不同方向受到正視、也「被看見」（簡妙如，2002：193）。中小型的Live Pub作為地下樂團演出的空間，另一股地下、小眾勢力慢慢地崛起。

從 2001 年金曲獎第十二屆開始增設「最佳樂團獎」至 2012 年第二十三屆，總共十二屆的最佳樂團獎得主，共有七屆皆屬於獨立樂團（參照附錄表 歷屆金曲獎最佳樂團得獎名單）；由此可知，獨立音樂已越來越受到大眾的接受與喜愛，甚至已有獨立樂團步入主流音樂市場，吸引了更廣大的樂迷。

經過 2000 年到 2007 年之間，海洋音樂季產生的活動效益以及一屆又一屆海洋獨立音樂大賞的得獎樂團，同時加上創意是即的盛行，逐漸吸引政府開始推動文創產業；於 2007 年開始處理「Live House 合法化」的問題，給予四家台北 Live House 可以以「音樂藝文展演空間」為名營業，同時將台北市的西門紅樓設為「台北市文創中心」，升格華山藝文特區，除了在西門紅樓、華山藝文特區，與台北當代藝術館設有常態的市集活動，同時辦理「街頭放聲」的活動，提供樂團演出（羅友成，2010：33）。

行政院則於 2007 年開始補助樂團發行有聲出版，除了補助出版的金額之外，同時舉辦免費的大型演唱會與樂團由行，補助金額從第一屆的每團三十萬到第四屆的每團四十萬元，許多獨立音樂中的一線樂團因此而獲得補助發行專輯，如同第一屆台灣樂團節中前新聞局長謝志偉誌詞所說：「其實這些樂團是地下樂團的主流，現在冒到地上來遍地開花。」

知名樂團主唱 MC HotDog 說，這是個沒有主流、非主流劃分的全新時代，每個音樂人都可以在網路經營創作。張震嶽也認為儘管唱片市場有些狹窄，但是創作空間方向越來越大，有更多發表管道。重量級的伍佰壓軸出場，他指出「台灣是華人音樂世界的好萊塢」，台灣目前有四千個樂團，創作量高達四萬首歌，幾乎所有華人音樂都是從台灣出去。(中央社，2013/4/16)

### 從獨立音樂到流行音樂，從 Live House 到小巨蛋

當我們在談「獨立音樂」、「主流音樂」的時候，應該謹記，「獨立」與「主流」都只是一套說法，一種代名詞，在實際運作的層面上，創作者、廠牌、通路、經紀人和製作人之間錯綜複雜的合作模式，交織出「獨立」與「主流」之間的模糊地帶。我們可以將台灣音樂生產的實際情況視為一條光譜，有些落在「最獨立」的一端，有些則落在「最主流」的一端，其餘的部分則分別散落在兩端之間的不同位置，隨著態度與實踐上的轉變，活動者會改變其位置。音樂創作者的行動主要取決於其所在位置，在這條光譜上，容納了多元的音樂生產型態，這些多元的音樂生產，在生產邏輯、運作方式、核心價值、生產條件以及社會功能上各有不同，因此我們可以說，「獨立」與「主流」，說穿了只是程度差別的問題。值得注意的是，在這條光譜上，只有極小部分的音樂實踐是完全脫離商業邏輯的，大部分的音樂生產仍然無法脫離資本主義運作的範疇，也就是說，音樂做為一種文化產物，仍然無法擺脫商品的本質。但這並不代表

文化價值和商品價值就是兩個互斥的選項，就像實際上「獨立」和「主流」也並非互斥的概念一樣，具有進步性的文化商品，是有可能同時獲得美學上與商業上的成就的(鄭凱同，2005：64)。

表 五-1 指標性獨立樂團與演出場所關係匯整  
本研究整理

樂團名稱	成立年份	成名年份 (約略)	演出場所	備註
濁水溪公社	1989	1999	VIBE、聖界、 地下社會	
伍佰	1990	1995	Live A-go-go	
閃靈	1995~1996	1998~2002	聖界、THE WALL	
1976	1996	2000~	Vibe、地下社 會、THE WALL	中時娛樂周報年度 10 大華語 專輯、自由時報天生玩家年 度十大專輯、音樂人交流協 會本月推薦專輯以及單曲 「方向感」
五月天	1997	1997~1999	地下社會	
回聲樂團	1998~1999	1999~2001	野台開唱、 Vibe	
旺福	1998	2002	台北 Vibe、地 下社會、河岸 留言、聖界等 Live House	
陳綺貞	1998	2002	女巫店	
滅火器	2000		The Wall、地 下社會	
蘇打綠	2001	2004	女巫店、THE WALL	
張懸	2002?	2002	女巫店	曾擔任 Mango Runs 樂團主 唱，樂團於 2002 年海洋音樂 會得到「獨立音樂大賞」與 「最佳人氣獎」兩獎項
MATZKA	2008	2009	LEGACY	2009 海洋音樂祭海洋獨立音 樂大賞

獨立樂團走上檯面的時代終於來臨了嗎?有些環境結構上的問題仍然存在。「金字塔的中間仍是空的。」實幹文化成員之一的林志堅認為：「像女巫店、地下社會、OOXX，樂團面多的頂多五十多個觀眾，到了 Vibe，再多也只有五百人。走出了這裡，你要到哪?下一步可能就像五月天必須在體育場面對上萬名觀眾。」台北目前還沒有一個介於二者之間的固定展演場所能夠接受獨立樂團，不會像 Vibe 那麼地下，也不至於馬上面對普羅大眾。從這裡看來，台灣獨立樂團仍有好長的一段要走(羅悅全，2000：79)。

九〇年代台北的獨立音樂場景如上文所示，從小型的、僅容納百人的音樂空間，到中型的、四、五百人的演出空間，再上去則就只有上千上萬人的大型演出場所；因此獨立樂團發展到一個階段之後，就難以再往上爬至主流的大眾市場。今日的音樂場景則不然，小型的百人表演空間有地下社會、女巫店、海邊的卡夫卡、河岸留言，再到中型的西門紅樓河岸留言、自來水園區的 PIPE、THE WALL，大型的、可容納上千人的則有台北華山文創園區的 LEGACY、台中文創園區的 TADA 方舟、高雄駁二特區的 THE WALL 駁二；今日的獨立音樂場景比起九〇年代來說，增加了許多中大型的空間，對於獨立樂團的向上發展也有了很大的幫助。然而在這些中型、大型的演出空間相繼出現的同時，小型空間卻開始遭到政府扼殺，觸發原因為 2011 年所發生的台中 ALA 大火，因此各地方政府開始檢討這類的小型演出空間，例如台中已關門的魚骨與 89K，還有今年六月即將關門的地下社會，以及差點歇業的女巫店等等。政府一方面扶植產業的中間階層，另一方面卻在斬除其提供養分的根部，如此本末倒置的做法，會造成發展中的樂團越來越缺乏演出空間，進而導致產業的萎縮。

從以上我們可看出政府已意識到 Live House 對於音樂產業的重要性，做為音樂產業鏈的一環，Live House 孕育出無數個獨立樂團，有些樂團甚至能夠浮上主流音樂市場，受到大眾所喜愛。因此政府開放業者進駐於文創園區內駐點，企圖做為一種流行音樂的孵化器；但做為一種孵化器，更應該開放給具實驗性、

更為小眾的 Live House 進駐，且給予一些補助措施，例如給予低廉的租金、補助水電或者硬體設備的購買等等。

...那我覺得政府對我們的補助是 0，不但沒有補助也沒有保護，簡單來說就是租金，我假設我都已經來到華山創意文化園區，至少租金要稍微變便宜，你知道我們這是 75 年老建築，在忠孝東路二段兩年左右的大樓一樓店面在租，大概兩百坪左右，跟我們房租大概差不多。

...我們這邊其實是比較多元，像今天的搖滾樂團也會有一些比如說非主流音樂的，比如說動漫 ACG。我們這邊因為場地大必須要有一些主流歌手，講白了就是賺大 show 養小 show，找一些票房歌手可以賺一些錢讓我們辦一些比較少人看的小 show。(Legacy 工作人員；引自周凌霄，2012：附二)

然而政府所做的卻是將「文化創意」視為商品販賣，例如位於駐點於台北華山的 LEGACY，政府僅僅是將 Live House 拉進文創園區後，便無所作為。租金上面也並沒有給予較為低廉的價格，由於場地面積較大，業者為符合成本效益，則必須播出一半的時間提供場地給主流市場的歌手表演，才能夠達到營收；如此才有辦法支撐場地給獨立樂團作演出。但因此也壓縮到了獨立音樂的演出空間，小規模的表演或者剛起步的樂團也較無法在此演出。

## 第二節 Live House 現今的生存問題

### 無所適從的法令

從第三章 Live House 的空間演變，探討 Live House 過去的發展歷史來看，它是一個由外來的休閒文化，透過每一個時期的時代變化，與國內蓬勃的音樂圈發展，才慢慢地轉變至今日所稱之「藝文展演空間」的型態。

Live House 從 90 年代初期的 Live Pub 時期就開始面臨著無「法」適從的窘境；長期以來，以登記小吃店、餐廳等營業項目經營，然而一旦遇到政府人員稽查，便因使用項目與營業項目不符，而立即吃上 Live House 業者難以付出的巨額罰款。在 2010 年，前行政院新聞局爭取設置「音樂展演空間業」營業登記項目，其定義內容「指提供音響燈光硬體設備之展演場所，供從事大眾普遍接受之音樂藝文創作者現場演出音樂為主要營業內容之營利事業。」即使商業登記項目已設置，但其他局處：建管處、消防局仍然沒有跟進修法，導致 Live House 業者仍然不斷地會收到罰單。看似已正名的 Live House，實際上卻是有名無實地繼續遭受公部門不公平的待遇。

在 2011 年的 3 月時，在台中市發生了一起悲劇，將近有二十年歷史的 ALA PUB 發生火災，造成 9 死 12 傷。

台中市 ALA PUB 今天(6 日)凌晨 1 點多，疑因有舞者表演時甩動特製的 LED 火把引發火災，致屋頂易燃的泡棉火勢熊熊；台中市警方指出，火勢很快就控制住，但已造成 9 死 12 傷的慘重傷亡。

位於中興街經國綠園道旁的 ALA PUB，已更名為「傑克丹尼」，但熟客仍叫它 ALA，每到周末人潮眾多，據初步了解，因一樓舞台上有一名男舞者正在表演，疑似丟甩特製的 LED 火把，往上拋時不慎致使起火燃燒，眾多顧客驚聲尖叫，蜂擁逃離。

...台中市長胡志強上午取消既定行程，趕到火場巡視，他表示這家 PUB 的安檢紀錄顯示，5 年來 21 次幾乎都合格，最後一次安檢在今年 2 月 11 日，當時有 2 處不合格，2 月 17 日複驗時則通過，但仍發生慘重不幸，他一定要究責，相關部門一定要找出原因。(引自今日新聞 <http://www.nownews.com/2011/03/06/11490-2694013.htm>)

台中阿拉 Pub 的一場大火，燒出大眾對公共安全的重視，文建會因此進行表演場所的總體檢，因此揭開了展演空間使用於無法律根據的情況。各地方小型的 Live House 因受到政府的壓迫，有的不堪其擾乾脆直接歇業，有的差點就面臨歇業的危機，其中女巫店即是如此；在 2011 即將歇業的危機，之後北市府出面表示將會提供協助，才讓女巫店得以繼續營運。女巫店雖然目前可以繼續生存，卻也只是個個案，各地方上仍有許多空間逐漸消失；如上節所談到，地下社會將於今年(2013)六月結束長達 17 年的營業；台中的魚骨 Live House、89K 以及高雄的子宮藝文空間無一倖免地結束營業。另外，不僅僅是 Live House 空間受到影響，包括了經營廿七年的台灣老字號小劇場—「皇冠小劇場」，與「牯嶺街小劇場」，同樣遭到 ALA 大火的波及，被查出「使用執照與登記項目不符」與「沒有使用執照」，前者已暫停營運，後者則由台北市文化局協調解決。由此可見，關於國內展演空間的相關法條，應重新做通盤檢討；持續以個案的方式並無法解決問題，而是仍然會有相同的事件不斷重演。

目前 Live House 所面臨最大的生存困境，無疑就是在法規上遲遲無法給予 Live House 一個適當的法條。2010 年，商業司已在商業分類上增加了細類「J603010 音樂展演空間業」<sup>13</sup>，於是各家 Live House 在商業登記上變去申請此項目，即便是已有做商業登記，但在各局處卻依然尚未跟進修法。例如以下：

「都發局」的部分，關於土地使用分區，Live House 應該是設在住宅區還是商業區？其中住宅區又有細分：住一、住二、住三，而不同的區域都有不同的營業管制，能夠使用的行業別都有限制。至於行業別，當然有一些具體的描

---

<sup>13</sup> 此項歸類於經濟部商業司的商業分類中，J 大類「文化、休閒、運動及其他服務業」→中類 J6 藝文業→小類 J603 音樂展演空間業的細類。

述，按照法規的認定，大部分住宅區都無法經營展演空間業這樣的業種形式，除非有壓力迫使單位從寬認定，但一旦認定哪個等級以上都可以經營音樂展演空間業之後，不到這個等級的也就無法設立。

在「建管處」的部分，建築物使用執照，應該使用的類別是哪一類，且安全強度到哪一級。此問題應該是當初房子蓋的時候就該申請的，倘若要變更，則必須請建築師做簽證，其所所花費的金額與可能必須改造建物的花費都非常可觀，對於 Live House 業者來說，根本難以負荷；其最根本的問題還是在於，「音樂展演空間業」究竟要在哪個等級以上才能夠設立。針對建築法的問題，訪談者 A 表示：

基本上只要執照不符，他就可以罰；執照不符就是使用項目，每個建築都有它的使用項目，使用項目跟你實際使用項目不符就可以罰你違反建築法。罰六到十二萬。

「消防局」的部分，展演空間業的消防標準尚未定義；檢查人員則是依行政裁量所決定此空間的屬性，予以做檢查標準。

問題比較大還有公共安全申報，細節多到很可怕，就我出門逛街經驗，大部分場所我都可以抓到毛病（也許我該兼差當檢舉獎金獵人？）展演空間業肯定會被認定是高標準的，但多高標準？這也是看人認定，若有壓力之下產生一個較為寬鬆的前例，才會讓後面的登記業者容易處理。

在 2012 年 7 月 15 號「地下社會」曾以「歇業」突顯生存問題，一個月後，8 月 15 日再度宣佈復業，文化部長龍應台甚至在復業當天到場表示關心，然而兩個月不到，10 月 4 號和 10 號，便分別接到台北市建管處的兩張罰單。由於台北市文化局已經對 live house 展開「健檢計畫」，對於地社個案，也表示將輔導改善，以符合消防法規，而在上一波的抗爭中，文化部部長龍應台也承諾將從制度面改善，給予生存空間；但是北市府卻在居民的檢舉下，仍然進行開罰的動作。

地下社會兩張由建管單位祭出的罰單，第一張是營業空間沒有「第二通道」，違反設備安全的規定，其問題的原因則是因為位於地下室的地下社會，目前儲藏室的位置原本有樓梯可以通往一樓的樓梯間，只要把樓梯重新蓋起來、把被封死的地板打開，便可以解決第二通道的問題，這同時也是市府「健檢計畫」所提出的辦法。而地下社會指責現在師大路 43、45 號一樓住戶也有違法使用的情形，因為他們的違法佔用，使得地社無法打通通道，市府不對一樓住戶開罰，卻只罰地下社會，不免讓人覺得這是「選擇性執法」。

市府建管處副總工程司邱英哲不否認這兩戶也有違規的情形，不過他強調地下社會可以先就自己房東產權範圍內的部份先做，一樓住戶違法的部份建管處也會先勸導，如果不改善，一樣會開罰。等到兩方面的障礙都排除之後，第二通道自然可以打開。

也就是說，其實安全上的問題對於 Live House 來說，只需與周遭居民做好溝通與配合，並非無法解決的難事。

至於第二張罰單，則面臨較大的問題，那就是地下社會違反「建築物使用類組」的規定，目前地下社會的登記是「飲食店」，屬於台北市《土地使用分區管制自治條例》定義的「G（辦公類、服務類）-3」類，在這張罰單裡，建管處認為地下社會擅自經營屬於「D（休閒、文教類）-2」的「音樂展演空間業」，所以對它開罰；但先前影響地下社會及所有 live house 問題最關鍵的，還是「可不可以賣酒」的個問題，之前經濟部商業司認定地下社會賣酒，與登記的營業項目不符，而如果地下社會要維持這樣的經營方式，就需要改變登記為「飲酒店」，也就是使用類組的「B（商業類）-3」類。

地下社會的建築位置即是位於使用分區的「商業區」，原本要做這樣的變更，也無不可，但是問題的關鍵並不在《建築法》。而是在《公寓大廈管理條例》的問題，地下社會現址屬於「防空避難室」，如果要變更登記，需要得到

住戶的同意，而以目前地下社會與住戶相處的情形來看，這幾乎是不可能的事情，所以台北市建管處於 10 月 26 號發出的新聞稿所謂「就地合法確有難度」，此困難並不在建築的技術問題，而在於「與同棟大樓住戶的關係。」

建管處不諱言地表示，「地下社會」就地合法確有難度，但修繕至符合安全標準的步伐不應停滯，縱使回復「防空避難室兼飲食店」之用途，亦應符合公共安全的規範。建管處呼籲「地下社會」在推廣獨立音樂之際，仍應以保障消費者及表演者生命安全為優先考量，協同屋主改善公共安全不符合規定的部分，才是當務之急。(臺北市建築管理工程處新聞稿，2012.10.26)

對於這個纏繞多年的問題，地下社會發言人何東洪亦表示，在現行法規沒有修改，無法獲得居民同意、變更使用類組的前提下，打開通道、維持合法的「飲食店」經營不難，然而地下社會是否能夠維持營運的關鍵在於「賣不賣酒」。其表示全世界小型的 Live House 都一樣，不可能單靠門票的收入生存，例如地下社會只有 50 個人的空間容納量，「除非一張票賣到 1,000 塊以上，才有可能經營得下去」，但實際上根本難以實行；Live House 並非高消費形態的娛樂場所，因此對於小型的店家來說，除了收取一般的門票以外，販賣飲料便成為另一項重要的收入。但相較於規模較大的 Live House 來說，飲料的營收對整體收入的比例則只佔 10、20%，其主要的收入還是以門票為主。聖界的老闆 Freddy 則表示：

...其實我一點也不想賣酒阿，我想比照像日本住宅區的live house那樣他的樓上有一個自動販賣機，有一個賣飲料的，你想喝什麼就自己投，我連bar tender都不要有，我就是一個民間的表演場，就是這樣而已。所以以前我們聖界的吧台就很簡單，什麼東西都沒有，你在吧台也不知道要幹嘛，結果警察來了之後就說你沒有賣酒這不符合酒店的規定，所以我不賣酒不行，我賣酒是為了他叫我賣酒，不是我自己要賣酒，然後我賣酒以後他就說我們出入份子複雜。(Freddy, 2005: 69)

表 五-2 2012 地下社會事記

日期	發生事件
2012.06.29	台北市都發局與商業處，以安全疑慮及違反營業登記項目不能賣酒為由，對地下社會開了限期 14 日改善的勸導單。
2012.07.02	地社公告歇業。
2012.07.09	立法院召開「音樂人搶救地下社會等 Livehouse」記者會，由立委鄭麗君委員主持召開，四百音樂人及支持者齊聚關切聲援。
2012.07.12	日在立委林淑芬、市議員梁文傑的參與下，地社與北市府文化局長、都發局、商管處、文化部人員的進行協調會議。
2012.07.19	「Live House719 正名行動」於華山文創園區文化部舉辦的「文化國事論壇」上抗議，要求龍應台部長加速 Live House 正名修法。
2012.08.02	文化部長龍應台原訂參訪地社，遇颱風取消。
2012.08.09	文化局、商業司、建管處等人員共同會勘，明確告知「地社列入 live house 修繕計劃，其它各項檢查也無重大問題，可以隨時可以復業」
2012.08.11	地社發佈復業聲明。
2012.08.15	a. 地社正式復業。 b. 文化部長龍應台參訪地社。 c. 地社當日正式營業前，衛生局前來菸害防治稽查(前幾天被檢舉地社晚上九點前有人抽煙...雖然地社明明還在歇業中)。 d. 消防局、管區警察接連至地社瞭解復業狀況。
2012.08.24	消防局、管區警查接連至地社瞭解復業狀況。
2012.09.14	文化局、商業司、都發局、消防局聯合會勘。
2012.09.20	噪音檢測。
2012.09.21	a.商業局、都發局、消防局聯合稽查。 b.在門口被貼消防和建管警告貼紙（消防由於地社列入 live house 修繕計劃後來撤消警告貼紙）
2012.09.22	警察臨檢。

2012.10.04	(按發文日期)收到第一張北市府都發局開出的以違反建築法第77 規定為由的六萬元罰單。
2012.10.09	噪音檢測。
2012.10.11	(按發文日期)收到第二張同樣是北市府都發局開出的以違反建築法第 73 條規定為由的六萬元罰單。 10 月 23 日管區來關切 26 號的抗議活動，噪音防治局也來填寫記錄表，並說是劉會長的關切。

然而法規的問題，其實早在九〇年代 Live House 尚稱做 Live Pub 的時期，每個店家幾乎都會遇到相同的問題，例如當時的 Scum，因為當時商業司尚未出現「音樂展演空間業」這項目，且 Live House 在尚未正名的當時，其相關的空間一律被視為酒店或者舞廳等八大行業類別；而 Scum 也因違反商業登記，每個月都吃上十萬元的罰單，進而搬了三次家，但無論怎麼搬，罰單依然跟著走。其中第二次搬家從原本的羅斯福路搬到了中山北路跟林森北路那帶，可合法經營的商業區；但仍然會受到許多干擾，這次除了警察與公部門會找上門，由於此區都是酒店聚集，因此變得許多複雜分子會在店裡進出。而 Live House 的客群大多以年輕族群、大學生居多，如此不協調的環境氛圍導致 Scum 在短期內又再次更換地點。

我記得scum二代的時候，他找到最合法的地方就是在中山北路跟林森北路中間那邊，那邊是最合法的地方是因為那邊都是酒店，都是可以叫小姐。結果他一進去，賣檳榔的也進去，黑道也進去，賣花的小姐也進去，還有進去跟他說我們是不是可以安排小姐來這邊給你用。所以你就發現，我們好不容易想做到一個合法的地方可是他的環境是這樣，這個氛圍就很不對阿，所以導致二代的scum很快就倒了，他很快就搬走了。  
(ibid)

Live House為一個較新的空間形態，在一切法令都尚未明確的情況下，連執法人員在面對此模糊的空間都有不同的執法標準；某些了解到Live House並非八大行業的執法人員，便會曉以大義，不對Live House業者做取締的動作；

然而有些則依行政裁量，真對當時所看到的情況，若與實際登記上有所出入則祭出罰單。

我覺得這個問題就在於，我們就算叫這兩種地方叫pub其實他實質內容是不一樣的，包括警察跟消防隊他也認同這兩種東西是不一樣的，也因此有一些比較有文化素養的警察，他來的時候發現是不一樣的，他就覺得說阿這沒關係啦，就睜一隻眼閉一隻眼的，他也聽的過去我們跟他講這個法令的規定很亂，讓我們不得不在所謂不合法的地方去做這樣的事，那他就算了。當然像地下社會現在遇到沒有文化素養的警察，他就說覺得說我管你的，反正你就是酒店阿，又是有表演的酒店更複雜阿，你這個出入份子非常複雜，所以他就會百般的刁難你。(ibid：69)

將事情回歸到表演本身來談，Live House所提供的只是最純粹的音樂演出，並不侷限於特定族群，而是適合任何民眾來欣賞演出；THE WALL的負責人Orbis亦表示，開放讓主流市場的歌手到THE WALL表演的其中一目的，即是希望讓一般的民眾也能夠認識到這個地方，讓沒有在聽獨立音樂的族群也能夠知道Live House是甚麼；也因此THE WALL在空間裝設計的部分捨棄了理想中更具店家特色的設計風格，而採取一種較簡單、樸素的設計，目的就是為了讓各個族群進到這空間時不至於會感到害怕。

所以這整件事情就是他們規定非常一個，用管理酒店的問題去管理一個其實是以音樂表演為主、喝飲料啤酒為輔的場地，這兩件事情其實應該用不一樣的方法來對待。那我們現在大家在細部的地方都遇到蠻大的困難，我知道台北市現在試圖有溫羅汀的專案，但現在我想這只能治標，不是一個治本的方法。這個氛圍本來就是從師大分部到師大本部不是嗎，那這件事情其實需要的是一個治本的方法，不然不可能每個縣市政府就為了你去做一個這樣的特區，然後不去分所有的法令。(ibid)

目前國內已有多家業者是向政府承租場地做Live House空間使用，其中多半是位於文化創意園區裡，例如：台北西門紅樓的「河岸留言」、台北華山文創園區的「Legacy傳 音樂展演空間」、台北自來水園區的「Pipe Live Music」、台中文創園區的「TADA方舟音樂藝文展演空間」、高雄駁二特區的「The WALL駁二」，從開放場地給Live House業者承租，並且提供一個較為便宜的房租，從這些動作我們可看出政府對於獨立音樂這塊開始重視；但弔詭的是，這些向公部門承租場地的Live House，並不會面臨到如上述於私人建築內開設Live House的種種法規上的問題。

這次地下社會抗爭的目的是給Live House生存的空間，比之前正名的層次還要高，正名只是整個產業的頭，那現在是希望政府重視這個空間。龍應台說，我們政府也有提供阿，LEGACY華山文創園區、TADA台中文創園區，政府沒有提供樂團的表演空間嗎？可是它也是外包的東西，它也是民營，但是它跟政府合作。那沒有跟政府合作的小老百姓，自己經營的，這又是一個很有趣的問題。為什麼TADA、LEGACY可以經營，那為什麼其他Live House不能經營。那以後我開店不要叫Live House，我叫"迴響文創園區"。(笑)他媽得很奇怪阿，我也不知道為什麼。

政府投入這個產業，可是又不給這個產業正名。它們的歸類不叫Live House，他們叫文創。音樂樂團也是文創產業。那公司為什麼叫五月天阿信來滅火，為什麼這次文化部龍應台願意去地下社會了解？政府有動作阿，可是目前的動作對Live House有幫助沒幫助，是不是一個問題？所以我覺得政府的政策也影響到環境，之前大家都不重視，覺得這是小眾，不會影響到甚麼。那可是一把火燒起了這個問題，這個問題出現之後，重新被洗牌了。(訪談者F)

從以上可看出公部門在行事上的矛盾，一方面政策上歡迎Live House業者到自家的場地設立；但另一方面卻使用著不合時宜的法規在檢視其他Live

House，扼殺了其生存的空間。

## 社區的黑名單

「2012年7月1日，地下式二手書店遷離由一Live House業者接手入駐，不但人潮聚集抽菸飲酒，樂隊表演時低頻噪音的震動也經建築牆壁傳送到公寓大廈各樓層！而喝瞎喝茫的消費者還曾深夜搭電梯到樓上猛岸居民電鈴，讓7、80歲年長居民們心驚膽戰不支來了何方神聖！」(師大三里里民自救會網站)

Live House的價值對於一個城市來說是無庸置疑，但對於居住在Live House附近的居民來說則不然；噪音問題與大量湧現的人潮對於存在於住宅區中的Live House來說，是社區鄰里將其視為頭號公敵的原因之一，並非所有的Live House都會面臨此的問題。如上一段所討論，目前都市計畫中土地使用分區並未定義Live House這空間究竟該在哪一個使用分區的何種等級內設立，然而在台灣住商混和的建築使用情形下，Live House所設立的位置樓上大多都有住戶。

Live House所販售的商品主要即是音樂的現場演出節目，在眾多的音樂類型中，並非所有的音樂類型都可輕易地被大眾所接受，例如重金屬樂則常被大眾視為是噪音、較難以接受的類型；當此種音樂類型時常在住家附近的Live House演出時，必然會遭到強烈的反彈。因此，與周遭住戶緊鄰的Live House更必須小心處理這類的問題，像是女巫店與海邊的卡夫卡這兩間Live House，如第四章所談到，是唯二位於地面上且是私人建築的Live House，因此這兩間店的音樂走向則以輕音樂、Unplugged為主。

我們現在最大的問題，不管我們是商業區還是住宅區，最大的問題就是噪音，因為噪音引起社區的一些不配合，包括不配合台北市政府對於這塊的想像。其實解決的方法很簡單，為什麼過去台塑可以給他水電

的減免、補助稅金，然後到現在台積電那麼賺錢還是繳那麼少的稅？那是不是我們有一個對音樂文化共同的想像是，未來全台灣有五百個民間展演空間，然後我們的實際做法就是，我補助你隔音設備的錢，那個的錢可能比補助台塑還要便宜；對我來講很貴，對政府來講不會很貴阿，對我們來講很貴的是隔音設備和每個月的電費，沒了吧，剩下來的樂團表演費其實都很好談，大家都很open的。像隔音如果不解決居民就永不配合，那如果我們在規定這些事情上面把隔音設備、相關硬體設施當作我們在支持產業基層文化的時候，就沒有社區配合不配合的問題，因為沒有噪音了嘛，這是我的一個想像。(Freddy, 2005: 80)

噪音並非無法解決的難事，但卻是造成Live House無法與鄰居建立良好關係的原因之一，大多Live House選址在地下室的原因多半是為了避免噪音的問題引起鄰里的不滿，即便位於地下室，若沒有隔音設備的話，依然會對周遭居民產生影響。然而對於某些小本經營的Live House業者來說，隔音設備所需的金額在短期內難以負荷；倘若政府願意提供補助幫助Live House做好隔音等相關的硬體設備，必然會改善Live House對於鄰居的印象。

然而Live House不斷地受到鄰居的檢舉或一些不友善的對待，有另一種說法是說Live House沒有做到「敦親睦鄰」的工作，但是，何謂「敦親睦鄰」？Live House應該怎麼做才叫做敦親睦鄰？是否該定期舉辦樂器教學的課程，讓社區的小朋友來向Live House的樂手學習；或者是定期邀請社區居民到Live House來欣賞表演等等？是否做到這些就可稱達到「敦親睦鄰」的工作？事實則不然，實際上指的是與地方的政治勢力打交道，坦白講即是要與黑白兩道建立好關係，即可確保所開的店不會遭受到任何麻煩。

就在今年六月，已經營十七年之久的地下社會(1996至今)，即將黯然落幕、結束營業，結束的原因是房東不願意繼續承租給地下社會業者；地下社會發言人何東洪表示，房東原本對於「Live House 正名化」的運動亦表示正面的態度，

在 2012 年地下社會歇業又復業之後，隨後又遭到北市府連開罰單，因此就再多一事不如少一事的心態之下，地下社會的房東決定不再繼續與之續約。而台北市最具代表性且歷史悠久的 Live House—「地下社會」也就消逝在我們的生活之中。

## 小結

從本章節我們可看到，在政策的制定下 **Live House** 被視為音樂產業的「育成中心」，過去的產業育成大多用於科技產業之中，常以「孵化器(incubator)」一詞來敘述育成概念，意指結合多項資源提供並降低初期創業風險，並為創業者創造優良環境；而 **Live House** 空間之於音樂表演者，就發揮著「孵育」的概念，如同小劇場支撐表演藝術產業一般，在音樂產業發揮底層創新創意的影響力，不該只用一般的娛樂場所來估其經營價值。

而 **Live House** 現今面臨的最大問題，就是國內的法規直至今日仍未全然給予這空間一個正名，登記上已賦予了一個正式的空間名稱，但由於相關配套仍未同步修改，使得 **Live House** 在這不合時宜的法規下，繼續遊走於法律邊緣。從小型的表演空間女巫店、地下社會，到中型的 **THE WALL**，再到大型的 **LEGACY**，最後甚至到超大型的萬人場地小巨蛋、體育場；由小至大，每一層級的 **Live House** 對於國內的音樂產業都具有存在的意義與價值。

今日政府得以允許大型的 **Live House** 在公有的場地內開設，然而另一方面卻又出手扼殺民間開設的中小型 **Live House**。由此我們可看到一個官僚體系運轉上的矛盾，一方面肯定此空間存在的價值與其所產生的影響力，另一方面卻又質疑這空間的正當性。倘若政府能夠降低「展演空間業」於都市土地使用分區的等級，讓 **Live House** 能夠在一般的商業區內設立，成為一般的休閒娛樂，而非歸類於最高層級的演藝廳、劇院，更非歸類於八大行業；給予 **Live House** 正名、一個正當生存空間，如此不必政府誘發空間的生產，在民間自可發芽茁壯。

## 第六章 結論與建議

Live House 在台灣的發展脈絡，最初由五〇、六〇年代的美軍援台時期，因應大批來台度假的美軍所植入的 BAR、PUB 文化；在美軍基地、美軍俱樂部與 PUB 等地方，提供樂團的現場演出，進一步地培植了台灣第一代的樂團人才。七〇年代，台灣在遭受惡劣的國際地位政治處境中，青年知識分子間激起了民族與鄉土意識，亦開啟了民歌運動的時代；原本提供美軍休閒活動的場所紛紛關閉，而由台灣人所經營的民歌餐廳則開始發展了起來。民歌餐廳在當時不但成為了當時的休閒文化之一，亦成為了國內重要的現場演出場所；另一方面，承襲著上一代的美式風格的 PUB，有些亦有提供現場演出的表演，兩者皆開啟了國內現場演出的發展空間。八〇年代，PUB 成為主流的消費休閒文化之一，其種類也越來越多元化，當中所提供現場演出的類型稱之為「Live Pub」，其以樂團得現場演出為主要節目，營造另一種特殊的音樂消費空間。到了九〇年代，伴隨著國內地下音樂的發展，Live PUB 在台北市一間間地成立，成為了地下樂團/獨立樂團的聚集與演出空間，但仍因為當時風氣依然不夠成熟，以及政府的取締、掃蕩等，導致原本滿地開花的音樂場景卻在九〇年代中期又漸漸凋零。然而隨著地下音樂的人氣高漲，九〇年代後期 Live House 又逐漸恢復了生機，今日幾家代表性的 Live House 即在此時期誕生。

鑑於此脈絡下，Live House 是一個由 PUB 文化所衍生出來一種新的文化地景；不同於 PUB 經由商業炒作的結果，所產生一種現代都市夜間的飲酒、消費文化；Live House 另外形成了一種空間生產，一個獨立音樂的生產空間。Live House 並不存在著特定的空間樣式，因發展脈絡與經營理念上的迥異，Live House 發展出不同的規模、經營模式與空間氛圍等等，正因這些條件上的不同，使得 Live House 呈現多元化的面貌，各自擁有獨特性。

就 Live House 與 PUB 之間的差異而言，以商業資本主義掛帥的 PUB，以盈利為第一優先考量，其經營理念便會影響著整間店的空間型態，其標榜著多

元化的休閒娛樂與個性化、美學化的空間設計，意圖營造特殊的氣氛來吸引消費者，它所標榜的、販賣的，更明顯地帶有一種文化商品的氣息，即呈現出當代符號消費的特色。音樂在 PUB 裡，往往只是助興的角色，即便有樂團的現場演出亦是如此；現場演出僅是 PUB 的賣點之一，鮮少消費者會為了欣賞樂團而到 PUB 消費。反觀 Live House 則是完全相反的經營模式，現場演出為 Live House 的主要賣點。除了小型的 Live House 必須靠著賣飲料或餐點等商品貼補收入外，酒水之於 Live House 僅扮演著助興的角色。

在今日，我們看到在政策的制定下 Live House 被視為音樂產業「孵化器」，在音樂產業發揮底層創新創意的影響力，然而 Live House 現今面臨的最大問題，就是國內的法規直至今日仍未全然給予這空間一個正名，登記上已賦予了一個正式的空間名稱，但由於相關配套仍未同步修改，使得 Live House 在這不合時宜的法規下，繼續遊走於法律邊緣。從小型的表演空間女巫店、地下社會，到中型的 THE WALL，再到大型的 LEGACY，最後甚至到超大型的萬人場地小巨蛋、體育場；由小至大，每一層級的 Live House 對於國內的音樂產業都具有存在的意義與價值。

今日政府得以允許大型的 Live House 在公有的場地內開設，然而另一方面卻又出手扼殺民間開設的中小型 Live House。由此我們可看到一個官僚體系運轉上的矛盾，一方面肯定此空間存在的價值與其所產生的影響力，另一方面卻又質疑這空間的正當性。倘若政府能夠降低「展演空間業」於都市土地使用分區的等級，讓 Live House 能夠在一般的商業區內設立，成為一般的休閒娛樂，而非歸類於最高層級的演藝廳、劇院，更非歸類於八大行業；給予 Live House 正名、一個正當生存空間，如此不必政府誘發空間的生產，在民間自可發芽茁壯。

最後，從以下一段文字由馬世芳於 1998 年，描述 90 年代台北獨立音樂風氣，可看出當時獨立音樂圈的茫茫前途—翻開台灣流行音樂史，從早年的薛岳、

趙傳到現在的伍佰，都是歌手個人魅力遠遠壓過樂團整體的形象，純粹以樂團形式揚名立萬的前例，恐怕連一個也沒有。在台北，要靠玩團名利雙收，幾乎是做夢（馬世芳，1998：200）。然而今日國內獨立音樂蓬勃的發展，與現場演出風氣的盛行，正顯示在這短短十幾二十年來，大眾對於音樂消費的習慣已大幅改變，且對於音樂品味的接受度亦越來越多元化，而 Live House 未來在國內的發展可說是指日可待。

## 參考文獻

- Kyohei Miyairi(2012),*The Recitalization of Live Music Scene in Japan*,Paper presented at the National Taiwan Normal University for Iner-Asia Pop Music Studies(IAPMS),Taipei Taiwan.
- Landry,Charles(2000),楊幼蘭譯(2008),*The Creative City/Charles Landry(2000)* ,  
創意城市，台北市：馬可孛羅
- 王柏人(2011)，**Live House** 消費者商店印象與情緒體驗之研究—以高雄市駁二月光劇場為例，南台科技大學休閒事業管理系碩士論文
- 行政院青年輔導會(2005)，**台灣音樂展演業之問題研究報告**
- 何東洪、張釗維(2000)，**戰後台灣「國語唱片工業」與音樂文化的發展軌跡**，  
文化產業：文化生產的結構分析，149-224 頁，台北市：遠流
- 何榮幸(2001)，**眾聲喧嘩—學運世代的第一個十年**，台北市：時報出版
- 何蕙如(2011)，**文化消費與生活風格的形塑—以「海邊的卡夫卡」為例**，元智  
大學藝術管理研究所碩士論文
- 周凌霄(2012)，**群聚效應對文化創意產業發展的貢獻-以華山 1914 文化創意產業園區為例**，政治大學國家發展研究所碩士論文
- 林易叡(2011)，**以智慧資本觀點剖析表演藝術仲介類文化創意產業之關鍵成功因素—以河岸留言為例**，銘傳大學財務金融學系碩士論文
- 林科呈(2012)，**Live House 與臺灣音樂產業之互動關係探討**，台北藝術大學藝術行政與管理研究所碩士論文
- 林倩如(2005)，**熄燈讓位給消費，衰老的靈魂應早點不治—Pub、Club、Live House 到夜店**，破報，第 345 期
- 徐楓惠(2006)，**從 90 年代地下搖滾樂看台灣另一搖滾主體性的指涉**，南華大學  
美學與藝術管理研究所碩士論文
- 殷寶寧(2006)，**情慾、國族、後殖民—誰的中山北路？**，台北市：左岸文化
- 馬世芳、許允斌、姚瑞中、陳光達、黃威融(1998)，**在台北生存的一百個理由**，  
台北市：大塊文化

- 張育章(1996)，**望花補夜：台灣地下音樂發展的歷史脈絡**，中外文學，第 25 卷，第 2 期，109~129 頁
- 張南生(1991)，**民歌沒落了！—從中國現代民歌看七〇年代台灣知識分子與流行文化的關係**，聯合文學，第 82 期，112-114 頁
- 陳曉偉(2002)，**台北市非創作職業樂團之音樂空間建構**，台灣大學地理環境資源研究所碩士論文
- 曾慧佳(2000)，**從流行歌曲看台灣社會**，台北市：桂冠圖書
- 黃詩雯(2010)，**台灣獨立音樂發展與文化政策**，台南藝術大學博物館學研究所碩士論文
- 楊銘宸(2010)，**誰的 LiveHouse—解讀 LiveHouse 之空間、音樂及參與者文化**，淡江大學大眾傳播學系碩士論文
- 劉哲浩(2009)，**台北市公館地區 Live House 消費者生活型態之研究**，國立台北教育大學文化產業學系暨產業設計與經營碩士論文
- 劉珣尹(2011)，**「Live House」活動吸引力與服務品質對行為意圖之影響—以消費者體驗為中介變項**，雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文
- 蔡岳儒(2006)，**台灣搖滾樂的在地實踐與文化認同**，成功大學藝術研究所碩士論文
- 鄭凱同(2005)，**主流與獨立的再思考：文化價值、音樂產業與文化政策的思辯與探討**，淡江大學大眾傳播研究所碩士論文
- 蕭伊容(1995)，**台北新興 PUB 的休閒研究**，台灣大學社會學研究所碩士論文
- 謝光萍(2006)，**誰在那裡聽自己的歌—台北 live house 樂迷與音樂場景**，台灣大學新聞研究所碩士論文
- 鍾俊陞(1988)，**台灣的娼婦經濟**，人間，11 月號，73-76 頁
- 簡妙如(2002)，**流行文化，美學，現代性：以八、九〇年代台灣流行音樂的歷史重構為例**，政治大學新聞學系博士論文
- 簡妙如(2011)，**去 Live House 玩樂吧**，南都周刊
- 羅友成(2010)，**獨立音樂與空間城市**，淡江大學建築學系碩士論文
- 羅悅全(2000)，**秘密基地**，商周出版

羅悅全(2011)，**LiveHouse 與夜店**，今藝術，第 226 期， 130-131 頁

# 附錄

## 金曲獎最佳樂團獎(第十二屆-第二十三屆)

屆次/年份	得獎者	專輯名稱	其他入圍者
23/2012	五月天	《第二人生》 相信音樂國際股份有限公司	<b>Tizzy Bac</b> / 《告密的心》 / 彎的音樂有限公司 <b>buddha jump 佛跳牆</b> (戴佩妮、江尚謙、吳貞儀、陳君豪、林奧迪、黃宣銘) / 《buddha jump 佛跳牆》 / 種子音樂有限公司 <b>Mary See the Future</b> (巴思亮、劉永康、方金昌) / 《Yes, I Am》 / 映象國際多媒體股份有限公司 <b>蘇打綠</b> / 《你在煩惱什麼》 / 環球國際唱片股份有限公司
22/2011	<b>MATZKA</b>	《MATZKA》 有鳳音樂股份有限公司	<b>回聲樂團</b> / 《處女空氣 VIRGIN AIR》 / 聯歡有限公司 <b>io</b> / 《就算今天贏了 明天又會如何?》 / 艾歐音樂有限公司 <b>MONKEY PILOT</b> / 《MY GUITAR》 / 滾石國際音樂股份有限公司 <b>草莓救星</b> / 《羽毛河 Feather River》 / 風和日麗唱片行 <b>董事長樂團</b> / 《眾神護臺灣》 / 大吉祥整合行銷有限公司
21/2010	<b>1976</b>	《不合時宜》 台灣索尼音樂娛樂股份有限公司	<b>拷秋勤</b> / 《拷秋勤 Presents：無名英雄》 / 喜瑪拉雅音樂事業股份有限公司 <b>縱貫線</b> / 《北上列車》 / 滾石國際音樂股份有限公司 <b>蘇打綠</b> / 《夏 / 狂熱》 / 環球國際唱片股份有限公司 <b>蘇打綠</b> / 《春·日光》 / 環球國際唱片股份有限公司 <b>范曉萱、100%樂團</b> / 《赤子 innocent》 / 吃草的魚傳播有限公司 <b>圖騰樂團</b> / 《放羊的孩子》 / 彎的音樂有限公司
20/2009	五月天	《後青春期的詩》 相信音樂國際股份有限公司	<b>自然捲樂團</b> / 《破捲而出》 / 給氣人音樂社 <b>拾參樂團</b> / 《馬臉水手的夏天》 / 典選音樂事業股份有限公司 <b>董事長樂團</b> / 《花光他的錢》 / 藝見傳播有限公司

			好客愛吃飯／《愛吃飯》／風潮音樂國際股份有限公司
19/2008	蘇打綠	《無與倫比的美麗》 林暉哲音樂社	旺福樂團／《青春舞曲》／豐華唱片股份有限公司 拷秋勤／《拷！！出來了！！！！》／參拾柒度製作有限公司 范曉萱+100%樂團／《范曉萱+100%樂團 / 2007 突破影音專輯》／吃草的魚傳播有限公司 這位太太／《是誰》／喜瑪拉雅音樂事業股份有限公司 櫻桃幫／《乖乖》／環球國際唱片股份有限公司
18/2007	蘇打綠	《小宇宙》 林暉哲音樂社	Selfkill／《雨停了之後》／小白兔橘子有限公司 Tizzy Bac／《我想你會變成這樣都是我害的》／鸞的音樂有限公司 亥兒樂隊／《炎黃子孫》／典選音樂事業股份有限公司 拾參樂團／《你是王嗎?》／典選音樂事業股份有限公司 圖騰樂團／《我在那邊唱》／鸞的音樂有限公司 潑猴／《革命》／喜瑪拉雅音樂事業股份有限公司
17/2006	董事長樂團	《找一個新世界》 典選音樂事業股份有限公司	好客樂隊／《好客戲》／角頭文化事業股份有限公司 自然捲樂團／《C'est La Vie Vol.2 大捲包小卷》／給氣人音樂社 旺福／《旺福誌》／豐華唱片股份有限公司 濁水溪公社樂團／《天涯棄逃人》／角頭文化事業股份有限公司 蘇打綠／《蘇打綠同名專輯》／林暉哲音樂社
16/2005	生祥與瓦窯坑3	《臨暗》 大大樹音樂圖像	五月天／《神的孩子都在跳舞》／滾石國際音樂股份有限公司 自然捲／《C'est La Vie (自然捲)》／風和日麗唱片行 旺福樂團／《旺福樂團「旺福」同名專輯》／豐華唱片股份有限公司 潑猴／《我們的世代》／艾迴股份有限公司
15/2004	五月天	《時光機》 滾石國際音樂股份有限公司	Tizzy Bac／《甚麼事都叫我分心》／搖聯有限公司 四分衛／《Rock Team》／動能音樂股份有限公司 波賓樂團／《靈魂節奏》／角頭文化事業股份有限公司

			公司 信樂團／《天高地厚》／艾迴股份有限公司
14/2003	閃靈樂隊	《永劫輪迴》 水晶唱片有限公司	小刀樂團／《飛了》／愛做音樂有限公司 信樂團／《信樂團》／艾迴股份有限公司 董事長樂團／《十一台》／愛做音樂有限公司 壁虎大樂隊 THE WALL TIGERS／《壁虎大樂隊 THEWALL TIGERS》／愛做音樂有限公司
13/2002	交工樂隊	《菊花夜行軍》 大大樹音樂圖像	五月天／《人生海海》／滾石國際音樂股份有限公司 四分衛（陳如山、陳聖元、鄭峰昇、郭偉建、林份辰）／《Deep Blue》／動能音樂製作網路行銷股份有限公司 刺客（國國、阿雄、楊周瀛、小蔡、MR. Q、緯緯）／《惡之華》／馬雅音樂有限公司
12/2001	五月天	《愛情萬歲》 滾石國際音樂股份有限公司	新寶島康樂隊／《愛情霹靂火》／滾石國際音樂股份有限公司 糯米糰（餘光耀、沈其翰、馬念先、洪峙立）／《青春鳥王》／魔岩唱片股份有限公司