

南華大學

文化創意事業管理學系碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
Department of Cultural & Creative Enterprise Management,  
Nanhua University

雲嘉地區婚禮樂團經營模式之研究

**A Study on Management Methods of Wedding Bands**

**in Yunlin and Chiayi Counties**

指導教授：黃淑基 博士

**ADVISOR : Huang,Shu-Chi, Ph. D.**

研究生：郭宣育

**GRADUATE STUDENT : Kuo,Hsuan-Yu**

中 華 民 國 104 年 6 月

# 南 華 大 學

文化創意事業管理學系文創行銷碩士班

## 碩 士 學 位 論 文

雲嘉地區婚禮樂團經營模式之研究

A Study on Management Methods of Wedding Bands in Yunlin  
and Chiayi Counties

研究生：鄧 宣 育

經考試合格特此證明

口試委員：\_\_\_\_\_

黃 啟 基

廖 婉 玲

胡 子 仁

指導教授：黃 啟 基

系主任(所長)：張 子 仁

口試日期：中 華 民 國 104 年 5 月 29 日

## 謝誌

在研究及撰寫論文這一段日子裡，從一開始尋找研究方向、確定論文題目到個人研究進入深度訪談，最後彙整完成本篇論文，過程當中有過困境，對於給予幫助的人，在此研究者要一一感謝。

感謝文創所上的所有老師在必修課時的建議與鼓勵，讓筆者能夠讓研究者能將所學發揮在撰寫論文中，奠定更完整作為研究者所需的基礎。感謝文創所的同學們偶在課堂上討論或課餘時提供不同的想法讓研究者在撰寫論文時增加許多寫作想法。

雲嘉地區婚禮樂團經營模式之研究的進行得以順利，研究者要感謝一直以來提供資料與同意接受採訪的彤恩婚禮樂團團長、天使婚禮樂團團長、Ray Musician 商務活動樂團團長、Just Marry 婚禮樂團團長、百合婚禮樂團團長，感謝所有給予與幫助研究者相關婚禮樂團資訊的人，因為各位熱心的幫助與提供豐富的資料，使研究者能完成此論文。

最後，研究者要特別感謝家人與黃淑基指導老師這兩者的指導、鼓勵與幫助，在研究者進行訪談與本文之撰寫遇到失落無助時，支持著筆者進行到最後。不論遇到任何事情，家人總是給予最溫暖的休憩處，感謝父親的建議、鼓勵與安撫，姐姐的貼心、弟弟的陪同。從開始撰寫到最後完成論文這一段時間裡，感謝淑基老師激發人心的鼓勵、提供資訊、修改與建議，讓研究者得以堅持到最後。感謝各位，能和大家在這一段日子裡相知相會，資料提供與鼓勵支持，因為有你們，才能使本論文順利完成。

# 南華大學文化創意事業管理研究所 103 學年度第二學期碩士

## 論文摘要

論文題目：雲嘉地區婚禮樂團經營模式之研究

研究生：郭宣育

指導教授：黃淑基 博士

### 論文摘要內容：

婚禮樂團近幾年在台灣婚禮宴會中，常是新人安排於典禮營造熱鬧、新鮮與互動感的流程之一，是個新興產業。近年來成立婚禮樂團的人數越來越多，多樣化的表演廣受新人喜愛，加上互動式演奏與婚禮企劃讓婚宴有別於傳統流程。

在現今社會市場趨向與網絡進步，婚禮樂團的宣傳、特色，以及其本身的音樂曲目與表演，不再僅限於口耳相傳、海報宣傳，隨著消費者藝文知識的提升，增進了以往活動消費者尋找樂團表演的次數。更透過部落格、臉書等網絡資訊發達，取代以往音樂廳表演、傳單的宣傳達到消費者對婚禮樂團的認識。因此，婚禮樂團能有效的經營、行銷與包裝，發展更加多元、創新的表演附加價值，並且積極開拓新的市場與消費觀眾，筆者認為是未來進一步發展的主要方向。

本研究欲了解婚禮樂團在現今的環境中如何經營，並採多個案研究，亦透過文獻探討與分析來歸納出產業經營的主要面向。經由採訪雲嘉地區從事婚禮樂團的工作者，了解近年來婚禮樂團在品牌經營、行銷策略、異業聯盟、資源管理、活動創新規劃與未來發展等方面的情況，建構出婚禮樂團創新經營的模式，以便進行婚禮樂團經營模式之研究與分析。

**關鍵詞：**婚禮樂團、音樂表演、經營模式

**Title of Thesis : A Study on Management Methods of Wedding Bands in Yunlin and Chiayi Counties**

**Name of Institute : Department of Cultural & Creative Enterprise Management, Nanhua University**

**Graduate date : June 2015                      Degree Conferred : M.B.A.**

**Name of student : Kuo,Hsuan-Yu                      Advisor : Huang,Shu-Chi, Ph. D.**

## **Abstract**

Recent years, wedding band and wedding banquet in Taiwan, are often new arrangements for the ceremony to create a lively, fresh and interactive processes one sense, is an emerging industry. In recent years, the number of wedding band set up more and more widely diverse performances of new love, plus interactive play with the wedding planning process so that different from the traditional wedding.

In today's social networking market trends and progress, wedding band publicity, featured, as well as their own music tracks and performances, no longer limited to word of mouth, posters, with the knowledge of the arts to enhance the consumers, enhancing the Past Events consumers looking for the number of orchestra performances. More through blogs, Facebook and other network information developed to replace the conventional concert hall performances, propaganda leaflets to achieve consumer awareness of the wedding band. Therefore, the wedding orchestra effective business, marketing and packaging, the development of more diverse and innovative performances added value, and actively explore new markets and consumer audiences, I believe that is the main direction of the future for further development.

For this study, how to run a wedding orchestra in today's environment, and adopt multiple case studies, also through discussion and analysis of the literature to summarize the main business for the industry. Via interviews Yunlin and Chiayi workers engaged in the wedding band, wedding orchestra in recent years in terms of

understanding of brand management, marketing strategy, cross-industry alliance, resource management, event planning and future development of innovative case, construct a business model innovation Wedding Band to conduct research and analysis of business model wedding ensemble.

**Keywords :** Wedding Band, music, business model



# 目 錄

謝誌	.....	i
中文摘要	.....	ii
英文摘要	.....	iii
目錄	.....	v
表目錄	.....	viii
圖目錄	.....	ix
第一章 緒論	.....	1
1.1 研究背景與動機	.....	1
1.1.1 研究背景	.....	1
1.1.2 研究動機	.....	4
1.2 研究目的	.....	5
1.3 研究範圍與限制	.....	5
1.3.1 研究範圍	.....	5
1.3.2 研究限制	.....	6
1.4 研究流程	.....	6
第二章 文獻探討	.....	9
2.1 婚禮樂團	.....	9
2.1.1 婚禮樂團的起源	.....	9
2.1.2 台灣的婚禮樂團	.....	9
2.1.3 婚禮樂團之相關研究	.....	13
2.2 經營模式	.....	14
2.3 行銷策略	.....	16
2.4 異業聯盟	.....	18
2.5 資源管理	.....	20
第三章 研究設計及執行	.....	23
3.1 研究架構	.....	23
3.2 研究對象選取	.....	25
3.3 研究方法	.....	26

3.3.1	多重個案研究法	26
3.3.2	參與觀察法	27
3.3.3	深度訪談	27
3.3.4	文獻分析法	28
3.4	研究設計	29
3.5	研究執行	32
3.5.1	深度訪談步驟	32
3.5.2	訪談資料編碼說明	32
第四章	研究結果與討論	35
4.1	婚禮樂團品牌經營分析	35
4.1.1	成立的宗旨與理念	35
4.1.2	品牌特色如何定位?	38
4.1.3	經營設計與內容	39
4.2	婚禮樂團行銷 4P 策略	43
4.2.1	貴團體如何訂出價格標準?	43
4.2.2	貴團體是否提供優惠活動?對於整體收入有何影響與效益?	46
4.2.3	宣傳設計形式的主要管道為何?以何種宣傳形式效果最好?	47
4.2.4	網路社群的經營定位與目標	48
4.2.5	對網路社群經營的未來規劃與遠景?	50
4.3	婚禮樂團與異業聯盟	52
4.3.1	貴團體是否與哪些不同產業進行跨業團體結盟合作?	52
4.3.2	運用哪些模式進行跨業合作?	53
4.3.3	異業聯盟的效益如何?	55
4.4	婚禮樂團的資源管理	56
4.4.1	演出流程安排的基本理念為何?	56
4.4.2	貴團體如何安排、接洽婚禮演出場次與場地?有那些相關考量的因素?	59

4.4.3	貴團體演出的人員是如何招募、訓練，平均年齡層、職業為何？ .....	60
4.4.4	貴團體平日是否有固定練習的場域？ .....	62
4.4.5	演出者的樂器來源與保養？ .....	63
4.5	婚禮樂團活動創新規劃現況 .....	64
4.5.1	創新的演出型態與模式定位的理念？ .....	64
4.5.2	貴團體的活動創新規劃有哪些？ .....	66
4.5.3	活動創新規劃的執行度與民眾的接受程度？ .....	67
4.6	未來發展 .....	69
4.6.1	如何提昇婚禮演出團隊的產業價值？ .....	69
4.6.2	對婚禮樂團未來的發展建議 .....	71
第五章	結論與建議 .....	75
5.1	結論 .....	75
5.2	建議 .....	77
5.3	後續研究之建議 .....	77
5.3.1	探討婚禮樂團的行銷策略 .....	77
5.3.2	探討公部門表演藝術團體的補助計畫 .....	78
參考文獻	.....	79
附錄一	訪談逐字稿 .....	83

## 表目錄

表 1.1	結婚產業鏈.....	2
表 2.1	結婚迎娶禮序.....	10
表 2.2	彤恩婚禮樂團婚宴演出流程.....	12
表 2.3	婚禮樂團之相關學術研究.....	13
表 3.1	訪談對象資料.....	25
表 3.2	文獻分析法的優點與缺點.....	29
表 4.1	成立宗旨.....	37
表 4.2	婚禮樂團經營設計與內容.....	42
表 4.3	婚禮樂團價格表.....	45
表 4.4	婚禮樂團網站資訊.....	49
表 4.5	婚禮樂團團練資訊.....	63
表 5.1	雲嘉地區婚禮樂團 SWOT 分析.....	75

## 圖目錄

圖 1.1	研究流程之設計.....	7
圖 2.1	創造獲利為新事業設計商業模式.....	15
圖 3.1	研究架構圖.....	24



# 第一章 緒論

本研究為探討台灣表演性婚禮樂團之經營與發展現況，以及對雲林、嘉義地區婚禮樂團經營模式進行研究。近幾年來社會中婚禮樂團逐漸活躍於市場，可說是不同於以往樂團的新興產業，其音樂表演及新興的演出流程安排更是吸引許多婚宴需求者的喜愛。本章節將說明研究背景與動機、研究目的、研究流程，以及研究範圍與限制。

## 1.1 研究背景與動機

### 1.1.1 研究背景

自古以來，對於多數的人們來說結婚為人生多個經歷當中重要的一個環節，亦是特有一次的經驗，多數的結婚新人對於結婚典禮的安排總是傾盡心力，光是結婚典禮的花費包含了聘金聘禮、婚戒、喜餅、金飾、婚紗、整體造型、攝影、餐廳、新娘秘書、禮金禮簿、結婚禮車、鞭炮、舞台、音響設備、婚禮小物、婚禮樂團等費用就花費八、九十萬了，如果更加精密的計算花費定足足超過百萬，婚禮市場的產業鏈根據台灣經濟研究院的消費與生活型態研究與訓練之策略計畫如表 1-1 所示，在每個階段中配合著需求項目連結到許多不同的產業，其產業鏈包括喜餅喜糖、喜帖、婚紗珠寶、攝影、美容美髮、手飾嫁妝、婚宴、花卉、蜜月旅遊、新居裝潢、新居用品（家電、家具與寢具等）。近兩三年以來，隨著婚禮樂團的興起，許多新人在婚宴流程中會安排婚禮樂團表演的加入，使喜宴整體充滿熱鬧、新鮮氛圍。

至今在台灣產業快速發展的過程之中，許多業者越來越注重於對品牌服務與精緻化、奢華化、創新化及多元化的趨向服務逐漸增加，結婚典禮的準備事項也日益增多，使得新人處理繁瑣的結婚總是弄得身心疲憊，故此，婚禮專業的產業如企劃、顧問與婚禮樂團等因市場需求而產生。

表 1.1 結婚產業鏈

階段	需求項目	內容與活動	業種/業態
婚前準備	婚姻介紹	交友聯誼	婚友社、婚姻仲介
	結婚貸款	結婚資金籌備	銀行、融資業
	喜帖	內容設計與印製	印刷業、廣告設計
	喜餅喜糖	喜餅喜糖訂製	食品零售業、糕餅業
	結婚資訊	資訊蒐集、電子喜帖與相簿、婚禮規劃	資訊業、婚禮顧問、雜誌業
	禮俗物品	服飾(洋裝、西裝、皮夾/包、皮帶、手錶、領帶、襪子等)	服飾業、鐘錶業、百貨業
	婚戒珠寶	婚戒、飾品(項鍊、手鐲等)	珠寶業
	婚紗攝影	婚紗造型、婚紗照、相本製作	婚紗攝影、婚禮顧問
	美容美髮	美容保養、塑身、剪髮/護髮/燙髮	美容業、美髮業
	健康檢查	婚前健康檢查	健檢中心、醫院
婚禮舉辦	造型設計	婚禮造型/化妝	美容業、美髮業、婚紗攝影業
	婚禮場所租借	教堂、宴客場所訂製	
	婚禮佈置	汽球/花卉訂製	結婚百貨業、花店、婚禮顧問
	禮車安排、交通接送	禮車租借、親友交通安排	汽車租賃業(汽車、遊覽車出租)
	婚禮過程安排	婚禮主持	婚禮顧問業
		新娘秘書	婚禮顧問業

		婚禮記錄/攝影	婚禮顧問業、婚紗攝影業
		MV 製作與播放	影業
	婚宴	餐飲、宴客	飯店業、餐飲業
	婚禮小物	回客小禮物	婚禮顧問業、結婚百貨業
	住宿安排	親友住宿	住宿業
婚後生活	蜜月旅行	國內外旅遊、住宿、交通安排	旅遊業
	家用電器	家用電器(電視、冰箱等購買)	家電零售業
	新居購買與裝潢	住屋購買與新居裝潢	房仲業、室內設計業
	家具寢具	新家具具(床、櫃子等)與寢具(床單、被子等)	家具業、寢具業、家飾品業
	保險	各類險種	保險業
	彌月	新生兒滿月酒與滿月禮	食品零售業、糕餅業
	週年紀念	週年、金婚、銀婚紀念照、聚會與旅遊	婚紗攝影業、餐飲業、旅遊業、住宿業

(資料來源：台灣經濟研究院，2009，結婚產業研究暨整合拓展計劃)

研究者有擔任婚禮樂團樂手經驗，且至今參與過許多婚禮樂團的演出。新人在婚宴安排上自始自終精心的設計，婚禮樂團的舞台音樂表演、與賓客的互動式演出營造出各式各樣的氛圍使結婚典禮場面熱鬧等婚宴流程，總是博得賓客的歡愉，而這些流程設計、樂團的樂曲表演與獨樹一格的形象皆是婚宴安排及婚禮樂團經營中不能夠缺少的關鍵。

婚禮樂團也逐漸重視「經營」樂團，而且在許多音樂團體逐年增加的趨勢情況之下的經營模式與行銷，以及對於新人期待與觀眾接受程度更是耐人尋味。因

此，透過對於婚禮樂團經營的概況進行研究調查及分析，才能增進瞭解他們的經營模式，並從研究調查與分析的資料瞭解他們的行銷策略、市場以及問題，最後整理、建構出婚禮樂團的經營模式。

### 1.1.2 研究動機

婚禮樂團在近幾年來逐漸的興起，婚宴的場合中常見婚禮樂團演出並受到新人與賓客的喜愛，許多婚宴新人常邀請婚禮樂團為整個婚宴營造出歡愉的氛圍、帶動與賓客的互動，不同於以往的結婚典禮出現的婚禮樂團是現在社會多元婚禮產業中特別的新興產業。

音樂在生活周遭常常出現，以不同的形態存在於社會中，常見的有音樂演唱會、街頭藝人表演及各種場合的音樂撥放等不同方式的呈現，多年來許多樂團成立並表演，但組織起來的目的與表演形式、曲目不盡相同，有些樂團是因興趣、學習而組成演出，像是音樂性質的社團、音樂科班志趣相投組團，但有些樂團則是因活動、工作的需求而組成，像是駐足於特定的場地表演、音樂會伴奏樂團及婚宴的婚禮樂團，另外，又因多種原因，演出曲目、風格、順序、樂曲長短和觀眾層面的選擇上亦不相同。

婚禮樂團產業最初不到十個團體的數量，如今，婚禮樂團逐漸增加，在婚宴方面的安排專屬於新人的配套，包含整體的呈現方向、需求，並提供多元性婚禮進行的音樂表演，如曲目選擇有古典音樂、西洋音樂、國樂，使用的樂器也各依顧客需求而配置於表演之中，以達到顧客的滿意，並且隨著 2010 年文化創意產業發展法的公佈，許多業者紛紛開始創業，其中許多樂團皆看向此婚禮產業的商機。婚禮樂團這樣的文化創意事業，再加上些商業性的行銷技巧，不僅能達到產量與產值皆提升，更能在未來此行業中發光發熱。本研究藉由分析探討雲林、嘉義地區婚禮樂團的經營模式需在專業的技術上與學術研究同時並進，也期望能為文化創意事業較弱勢的婚禮樂團提供具參考價值的經營模式，讓他們可以藉由參考其內容進而調整自己的經營模式、找尋長久與立足之路，以便成為婚禮展業中不可

替代性的地位。

## 1.2 研究目的

隨著近年來婚禮樂團的興起，具有音樂表演能力的人才輩出，以及許多新人婚宴上期望營造不一樣的效果，因此，本研究藉由多個案研究並針對婚禮樂團的經營面向再從中整理，藉以瞭解婚禮樂團的營運模式與問題，建構出婚禮樂團創新經營的模式。

婚禮樂團的經營模式如何得以在社會眾多婚禮產業中生存與發展、獲得消費者的青睞，在婚禮產業之中取得立足的地位，故本研究目的如下：

1. 瞭解婚禮樂團的經營策略
2. 分析樂團個案的行銷策略
3. 婚禮樂團與異業聯盟狀況
4. 婚禮樂團的資源管理
5. 婚禮樂團活動創新規劃
6. 未來發展

## 1.3 研究範圍與限制

### 1.3.1 研究範圍

本研究之研究範圍為以下三點：

1. 本研究僅針對婚禮樂團業者之經營模式進行探討。
2. 婚禮樂團的選擇以中部地區雲林、嘉義為主，且主要以頗具知名度且近期亦有接洽婚禮演出的婚禮樂團團體，雖在眾多市場產業中其發展型態為新興產業，卻發展空間、場次有限，主要將範圍朝向婚禮樂團如何經營並符合市場需求。
3. 本研究將雲林、嘉義地區婚禮樂團業者之經營模式聚焦於經營、行銷、異業

聯盟、活動創新、未來發展這五個方向探討之。

### 1.3.2 研究限制

近年來逐漸興起的婚禮樂團雖然很多，但至今仍有別於他團的獨立特色與維持營運的團體其數量不多，本研究之研究限制有以下：

1. 本研究對象之選擇，以近期有接洽婚禮演出及頗具知名度的婚禮樂團作為研究對象。
2. 現在因許多樂團看向此商機紛紛進入此市場互相競爭，於是新人在選擇婚禮樂團上面除了針對其知名度與特色選擇決定外，價格成為了決定樂團的演出機會，取樣不易。本研究由於經營業者在些許方面大多有所保留，且係根據研究者訪談過程之中訪談技巧不純熟，讓彼此所認知的方向有所差異，致使訪談部分內容、題項不盡完整。

## 1.4 研究流程

本研究之流程先擬定研究主題後，尋找、決定及瞭解研究對象，接著透過蒐集、閱讀相關書籍，經營模式、行銷策略、個案研究、前人文獻等瞭解與本研究相關的資料，並進行文獻資料分析與整理，將其轉換成為本研究論文之研究架構。確認、訂定好研究主題之後，根據此研究架構進行訪談大綱設計並於訪談稿設計完成後，透過與婚禮樂團的團長開始進行訪談，瞭解本研究對象之經營模式。待訪談結束後開始深度訪談的資料編碼、分析與彙整，接著進行論文撰寫，最後提出研究結論與建議。

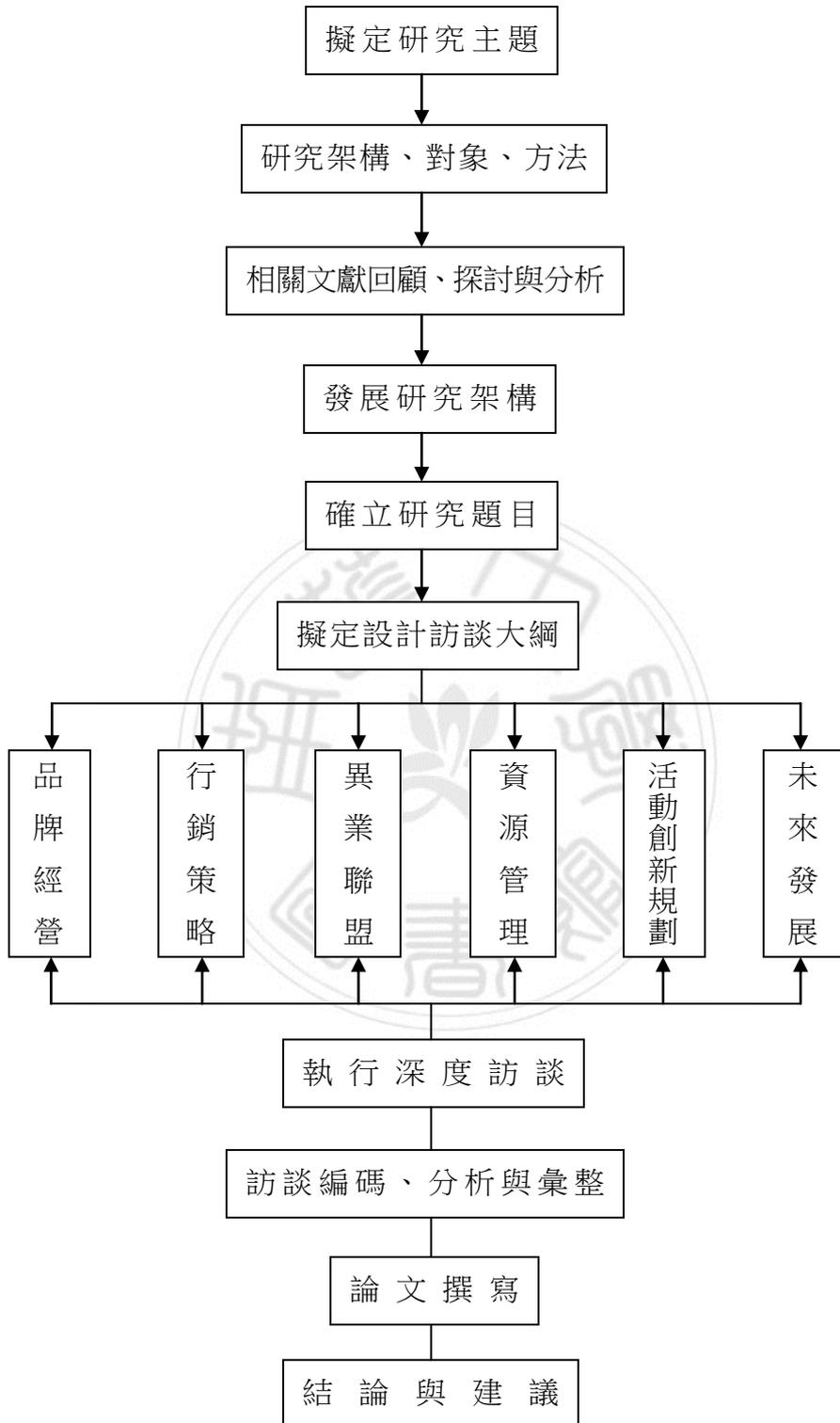


圖 1.1 研究流程之設計(資料來源：本研究整理)



## 第二章 文獻探討

本章節從歷史相關資料以及文獻分析，將本研究分成了五個項目進行分析：婚禮樂團、經營模式、行銷策略、異業聯盟、資源管理，其探討的問題著重在於經營模式，並藉由本章節文獻探討來建構下一個章節的架構。

### 2.1 婚禮樂團

#### 2.1.1 婚禮樂團的起源

在歐洲十七世紀以前，達官貴族常於宴會、下午茶等場合雇用音樂家、樂師至宮廷演奏音樂使氛圍顯現優雅、高貴。隨著交響樂曲及其他古典音樂形式作品的增加，樂團的地位日益重要，逐成為西方藝術的產物(馮馨宜，2009)。然而，婚禮樂團起源於早期歐洲貴族結婚之婚宴，場合如同宴會一般，亦即會雇用音樂家抵府演奏，以及在迎娶之間擔任音樂表演者使之讓婚禮會場呈現莊嚴與浪漫的角色，這也讓樂團在社會上的地位逐日地被重視其重要性。

基本的樂團組織裡包括了樂團與行政，行政組織是由專業的行政人員負責樂團以外的營運推廣業務；樂團則是以團員為基本組成人員、指揮者為統領樂團成員創造樂曲音響的整體性。時以至今，交響音樂、搖滾音樂、中國音樂、流行音樂、爵士音樂等組合成的音樂樂團皆已流行於現代社會上，此外，婚禮樂團在近幾年也在台灣開始興起。

#### 2.1.2 台灣的婚禮樂團

台灣早期婚禮音樂起源於迎娶時在轎子旁吹奏的樂隊。而樂隊之中使用的樂器多以傳統樂器為主。台灣傳統婚禮儀式包括：議婚、訂婚、請期、迎親、及歸寧等(胡友鳴、馬欣來，2001)，但隨著時代演變，婚禮儀式已經簡化成問名、送定、完聘及迎親四禮(陳郁翔、蔡淳伊，2006)，甚至於近年來有不少新人們選擇了以簡單的公證結婚完成人生大事。但不論如何變化，終其儀式後的宴客從古至今皆為

不可或缺的一個環節。

表 2.1 結婚迎娶禮序

結婚迎娶禮序		
1	迎親	迎親車以雙數為佳。途中應放鞭炮以示慶賀。車至女方家，一男童捧著圓盤內有兩粒橘子，請新郎下車，應給紅包答禮。
2	蓋頭紗(拜別)	新郎給予捧花、新人上香祭祖，新娘叩拜父母而新郎僅鞠躬行禮即可，並由父親蓋頭紗。將新娘挽出大廳。
3	出門	新娘在婚禮當天地位最大，不得與天爭大。須請一位福份高的長輩持黑傘護或八卦竹篩上車，離開時，不可說再見。
4	禮車	禮車上懸掛一棵由根至葉的竹子意「有頭有尾」，竹端繫豬肉一片，防邪神百虎。車後方則有朱墨畫的八卦竹篩象徵繁榮。
5	敬扇	新娘上禮車之前，由一名小男孩將置於茶盤上的扇子給新娘，新娘則回贈紅包答禮，此稱為「敬扇」。
6	潑水	娘上禮車後，女方家長將一碗清水撒在車後，代表女兒已是潑出去的水，並祝女兒事事有成、有吃有穿。
7	擲扇	禮車啟動後，從車上擲出繫紅包的摺扇，謂棄壞性子。
8	燃炮	一路燃放禮炮，車抵家門時，家人應燃炮城。以慶賀告喜。
9	摸橘子	禮車至，由拿著兩粒橘子的孩童來迎接新娘，稱「捧甘」。新娘要摸橘子，並以紅包答禮，表示夫妻婚後甜如蜜的涵意。
10	牽新娘	禮車抵達家時，新娘由男方一福氣長輩持黑傘或竹篩頂在

		新娘頭，此為「避邪」，並扶持新娘入廳。
11	忌踩門檻	新人絕不可踩門檻，而應橫跨過去，因門檻代表門面。
12	過火盆、踩瓦片	新娘過火盆，謂「去邪」；並踩瓦片喻「過去時光如瓦之碎」。
13	拜天地(祭祖)	新人合祭祖先，新郎再帶新娘入新房。
14	進洞房	以竹篩覆床，新人共同坐在預先墊有新郎長褲的椅上，謂兩人同心，並求日後生男。並吃甜湯，像徵「早生貴子」。
15	觀禮喜宴	宴請客人，同時舉行觀禮儀式。
16	送客	喜宴畢，新人於門口送客，茶盤中有煙和喜糖。
17	吃茶	賓客離去後，男方家親友喝新娘的甜茶，說吉祥話並贈紅包。
18	探房	女方親友返家前，由媒人引領進入新房，謂「探房」，此時，新人起立給探房者各一個大紅包，至此婚部結束。

(資料來源：雲林縣政府民政處，本研究整理製表)

台灣特有的「辦桌文化」即流水席文化形成於早期的農業社會環境，有著濃厚的在地風情，而飯店和餐廳等場所也有精緻宴席，自八十年代後期人們也開始逐漸會邀請樂師和歌手為婚宴熱鬧一番，在婚宴上以撥放卡拉 OK、音樂 CD 配合主持人來進行著結婚典禮是最常見到的婚宴形式。新人在評估擔任婚禮樂團之時，考量到整個宴客中的氛圍需時而靜時而動的音樂團體來烘托，古典弦樂團、國樂二胡或小提琴加上爵士樂的新組合、三重奏組合、五重奏組合都是考慮選項，若需有婚禮有主持人串起溫馨每一刻，婚禮主持人在活動中得擔任起頭、順場、帶動氣氛並要善用舞台空間去發揮雙方主婚人或是新人想要表現的主題氛圍加上美麗的歌者美聲助興及浪漫與輕快節奏時，音樂是製造氣氛最佳戰略高手，在規劃婚禮音樂時，是以現場音樂演奏為主，而音樂撥放 CD 為輔，創造出一場精緻的婚

禮氣氛(新娘物語黃淑玲，2009)。

婚禮音樂在婚禮上佔有著非常重要的一環，既然有純粹撥放 CD、卡拉 OK，當然也有現場演奏的樂團，這些在婚禮當中都是不可省略，因為結婚是新人們一生當中最重要的人生大事，所以非常重視對婚禮的流程與氛圍。近幾年來，婚禮樂團在台灣婚禮宴會中，常是新人安排於典禮營造熱鬧、新鮮與互動感的流程之一。「來賓進場」、「新人進場」、「結婚儀式」、「新人二次進場」、「敬酒儀式」、「宴會結束」等流程中多樣化的表演廣受新人喜愛，加上互動式演奏與婚禮企劃讓婚宴有別於傳統流程。加上在現今社會市場趨向與網絡進步，婚禮樂團的宣傳、特色，以及其本身的音樂曲目與表演，不再僅限於口耳相傳、海報宣傳，隨著消費者藝文知識的提升，增進了以往活動消費者尋找樂團表演的次數。更透過部落格、臉書等網絡資訊發達，取代以往音樂廳表演、傳單的宣傳達到消費者對婚禮樂團的認識。故婚禮樂團在台灣婚禮宴會中已成為新的流程安排之一，其擔任著營造溫馨浪漫、熱鬧氛圍的角色，是個現代新興的產業。

表 2.2 彤恩婚禮樂團婚宴演出流程

時間	流程	備註
11：30	音響試音 樂團暖場、準備	如有 MV 可放 MV
12：00	開場：引新人入場 介紹、敬酒	由彤恩樂手老師帶領入場
	親友賀詞（請提供全銜）	
	開桌/表演開始	彤恩樂團演奏
新娘換裝		彤恩樂團演奏/桌邊秀
二次進場	新人二次入場/贈婚禮小物	如有第二段 MV 可放 MV
	上台敬酒	

	逐桌敬酒	彤恩樂團演奏
敬酒完	抽捧花遊戲./台下互動遊戲	音樂由音響播放
新娘換裝		彤恩樂團演奏/桌邊秀
送客		

(資料來源：彤恩婚禮樂團提供)

### 2.1.3 婚禮樂團之相關研究

相關於婚禮樂團在學術方面的相關研究，經研究者分析整理後，共可分為以下兩個面向：

- (一) 關鍵成功因素研究
- (二) 顧客終身價值研究

以下針對各面向的相關研究論文進行研究內容與摘要重點整理分析。

表 2.3 婚禮樂團之相關學術研究

研究者	研究題目	研究摘要
徐岳彤 (2010)	爵士樂婚禮樂團關鍵成功因素之研究—以高雄市婚禮樂團為例	本研究採質化分析，透過深度訪談 13 位與爵士樂婚禮樂團經營有關的上中下游的專家，探討(1)高雄市婚禮樂團之概況；(2)爵士樂在婚禮樂團中扮演的角色和價值；(3)爵士樂婚禮樂團經營的關鍵成功的因素。
施智偉 (2013)	婚禮樂團之顧客終身價值研究	本研究主要在研究國內婚禮樂團之品牌信任、顧客忠誠度、服務品

		<p>質及顧客終身價值等問題，並藉由便利取樣作為研究調查之測量方法。研究結果得知性別、婚姻、職業、學歷、每月可支配收入及婚禮樂團之品牌信任、顧客忠誠度、服務品質與顧客終身價值之構面皆具有正向顯著影響。</p>
--	--	--

(資料來源：本研究整理製表)

國內婚禮樂團主題的研究不多，國外幾乎沒有婚禮樂團相關研究，多是表演藝術團體主題研究。以上表 2.3 婚禮樂團相關學術研究是從不同角度與不同的團體類型在研究與探討，多以婚禮樂團居多，對於其他音樂表演團體的研究相對較少，因此透過其他團體的經營、行銷模式，探討婚禮樂團是否可以借用相同模式或尋找對婚禮樂團更好的生存、立足方法。如果以一般產業的經營與行銷策略套用在婚禮樂團，可行性還有很大的空間，表演樂手與經營者應該形成互助互利的關係。

## 2.2 經營模式

經營模式(Business Model)是策略內涵的一部份，亦是企業經營的方式。藉由經營模式的選擇產生價值活動系統的設計、獨特的策略定位：產品線策略、作業策略、通路策略、市場區隔策略、服務策略、重點價值活動等，再經由設計適合的經營模式進而實現市場的競爭優勢。

音樂表演藝術團體是具有「無形」產品與「人力」密集的特質，原創性與臨場展的音樂表演藝術團體，其產品屬於精神面的文化消費品，而非實用性的商品經營。再以產業面的條件觀看產品發展，一個產業必須從經濟方面來看所需之特性與行銷條件，其要件不外乎是「產、銷、人、發、才」中之一。產業強調經濟

規模、產值、就業機會、產品商業化或實用性。

學者 Byrnes(2004)有說到：「藝術組織一旦順利成立，緊接著面臨的艱鉅任務就是如何永續經營」，不論是一個產業、人生的經營，處處對「環境」察言觀色是非常重要的，面對環境情勢的發展與轉變，一個音樂團體的組織評估必須要透過研究、蒐集、分析資訊的技巧，了解當下環境與未來的變化情勢擬定相對應的策略來予以正確的因應。

學者 Colbert(2003)說：「價格也許是個誘因但並未是個萬靈丹」。婚禮表演音樂團體如微型創業般人員重覆性高，以至於團員演奏音樂表演時常會有兩個或兩個職位以上的行情發生，如在市場上消費者與經營者對於產品的看法有所不同，消費者認為產品應是低價、實用等，而經營者認為產品是有價值、內涵的，因此，依據藝文消費與一般大眾消費不同所以與一般管理學也有所不同，價格也就不盡是處理萬事的因素了。

劉常勇(2004)提出壘業模式觀念架構，提到經營模式有六項構面內涵，包含如何創造市場與顧客價值、如何區隔市場與掌握顧客需求、如何建構價值鏈定位與掌握核心能力、如何建構價值網絡的競合關係、如何形成與維持競爭優勢、如何設計能獲取高利潤的成本與收入結構，目的則在為顧客創造價值，實現企業的利潤目標。

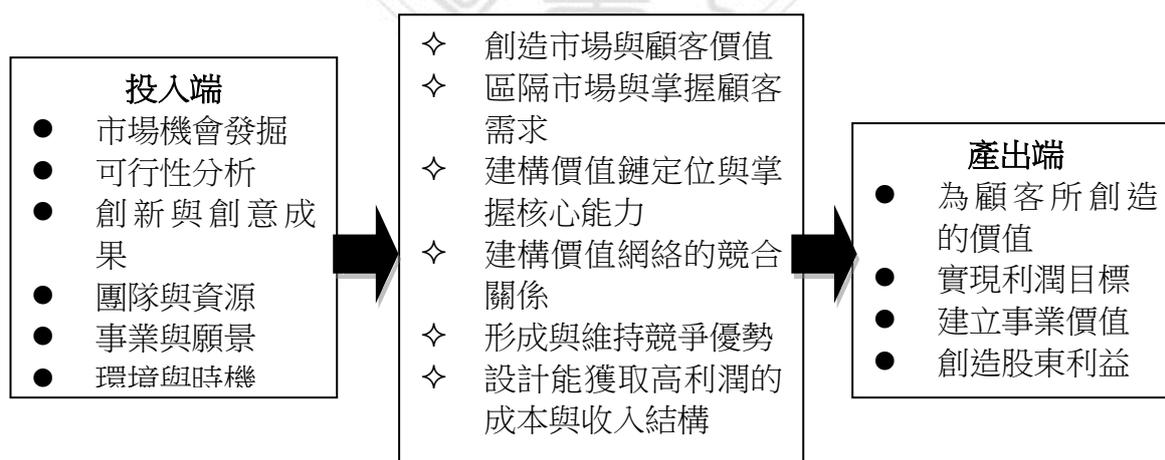


圖 2.1 創造獲利為新事業設計商業模式

(資料來源：劉常勇，2004，創造獲利為新事業設計商業模式，財金資訊，37 期，

34-38 頁)

此外，婚禮樂團在受訪時，皆表示經營上的問題與技術、品質提昇的看法，由此可得知國內表演藝術產業政策的不成熟及婚禮樂團經營上的辛苦。從學者林巧婷，(2009)研究觀察與分析後得知藝術組織在觀眾維繫與服務、內部運作流程的順暢度、人才培育與無形資產上都應兼顧，因為這些層面是環環相扣、彼此互相影響。所以一個婚禮樂團在經營模式上如何決定策略地位以實現在市場上的優越競爭勢力是非常重要的環節。

## 2.3 行銷策略

行銷是一門藝術與科學。(Hunt,1991;Bass,1993)。行銷最主要的目的就是要連結、組織市場，而其使用的行銷手段是要滿足組織與目標消費者。行銷管理學者 Kotler 曾指出：「小型表演藝術團體在初期成立時，不需要太複雜的管理和戰略，尤其小型表演藝術團體在成立經年之後，必面臨到生存之問題」，行銷就是將產品特色推廣出去，使消費者動心因而購買產品。

行銷策略包括市場區隔、定位策略與行銷組合。根據蕭富峰，(2006)的研究，「行銷」它是指在動態的環境中如何創造出特定的產品以及理念，與如何去打開通路、推廣產品及訂定它的價格，以便於創造一個價值滿意的東西。行銷管理人員用來促進與消費者的交換活動，並以達成其行銷目的的工具是「行銷組合」。最早由二十世紀著名的營銷學大師，美國密西根大學教授傑羅姆·麥卡錫(Jerome McCarthy)於 1960 年在其第一版《基礎營銷學》中，第一次提出了行銷組合，在 1981 年一樣也提到行銷組合，即產品(Product)、價格(Price)、通路(Place)、促銷(Promotion)，簡稱為行銷 4P，其為行銷策略的基本核心。以下做簡單的 4P 概述：

### I. 產品(Product)：

產品的範圍非常的廣泛，它包括產品多樣化、品質、設計、特性、品牌名稱、公司形象、包裝、規格、服務、保證及退貨。廠商在切入某一市場後，初期提供的產品與服務種類並不多，但隨著市場的擴增及消費行為的改變，廠商不得不增加產品與服務項目，這時候就會產生一些問題，而使產品的延

伸變得相當關鍵。在考慮產品策略的過程中，建立好的品牌名稱與品牌形象，以便在眾多競爭品牌中塑造獨特的競爭優勢，是贏得顧客青睞的最重要因素。而產品也是行銷 4P 中的重要核心，若無產品則其它無須再談。

## II. 價格(Price)：

在行銷 4P 中，價格是唯一不花錢的行銷因素、最具彈性的因素，包括訂價、折扣、折讓、付款期限及信用條件等。一般而言，消費者對於他（她）所要購買的產品，在心目中必有一個合理的價格範圍，在這價格範圍中，廠商若選擇低價政策可能帶來「薄利多銷」的好情景，但一旦被消費者判定是廉價品就很難翻身。

因此，在進行產品定價時，首先要考慮廠商所選擇的市場定位在哪裡，一旦確定了市場定位，市場顧客群的特性就已決定了產品價格帶的高低。其次要了解廠商對於整體經營目標的掌握要點如何。價格是行銷 4P 中最具有彈性的因素，它使消費者願意付出以便獲得產品，所以它也是競爭的利器。

## III. 通路(Place)：

包括通路、涵蓋區域、分類、地點、存貨及運輸等。行銷通路是由介於廠商與顧客間的行銷中介單位所構成，通路運作的考量到了消費者的時間與地點的便利性，使消費者能夠方便迅速的獲得商品、使廠商獲得最大績效，並且使顧客滿意。因此通路的選擇與開拓相當重要，掌握通路就等於找到了產品流通的訣竅。

## IV. 促銷(Promotion)：

促銷包括個人銷售、銷售團隊、廣告、公共關係及直效行銷等。每當經濟成長趨緩，消費者購買力減退，市場買氣低迷，廠商之間的競爭就會更加激烈，這時產品促銷工作就特別重要。尤其隨著科技進步，產品開發速度愈來愈快、產品生命週期大幅縮短，如何利用促銷方式來感動消費者，讓消費者覺得真正受益是為行銷活動中最為關鍵的課題。促銷藉著說服、提醒消費者某產品提供滿意的雙方交易過程。(李旭東, 2003)。可用的促銷方法相當多，最主要的有廣告、銷售推廣、人員推銷及公開宣傳等四項，這四項促銷活動

的運作統稱為「促銷組合」。促銷組合的目的是以顧客的立場出發，把廠商的產品告知客戶，說服客戶及催促顧客購買。

之後，學者 Booms&Bithier(1981)在此基本核心上增加了人員(Personne)、具體感受(Physical Evidence)、流程(Process)，進而形成了行銷 7P 的理念。而學者 Lauterborn(1990)提出了 4C 的理論為：消費者需求(Consumer)、消費者願意付出成本(Cost)、便利(Convenience)和溝通(Communication)。

行銷 4P 是追求「賣家」的最大利益，行銷 4C 是為追求「買家」的最大滿意度。本研究為雲嘉地區婚禮樂團經營模式之研究，研究者以行銷 4P 理論方向作為樂團經營模式之出發點進而擬定訪談大綱。

## 2.4 異業聯盟

異業聯盟亦即為異業結盟或策略聯盟，主要是指組織間為突破困境、維持或提升競爭優勢，而建立的短期或長期的合作關係。Porter&Fuller(1986)學者認為聯盟是不同場師在事業經營領域內正式而長期的合作關係，包括了合資、授權協定、共同行銷、聯盟行銷。另外，黃志明(1992)學者對策略聯盟的定義則為「企業基於本身資源不足或缺乏，藉合作獲取夥伴擁有的資源，進而達成某一策略目標之契約關係」，由眾多文獻中可看出聯盟是企業界提昇競爭力的重要策略，目的在透過合作的關係，共同化解企業本身的弱點、強化本身的優點，以整體提昇企業的競爭力。

微軟總裁 Bill Gates 曾說「沒有一家廠商能夠什麼都做」，而呂鴻德(民 85)亦認為「企業個體與個體間如結成盟友，交換互補性資源，各自達成目標產品的階段性策略目標，最後就能獲得長期的市場競爭優勢」。所以要提升競爭優勢，其中異業聯盟是不可或缺的要件之一，本研究之婚禮樂團經營模式亦是將此一同作為研究內容與探討。

異業聯盟型態的歸類，Porter&Fuller(1986)學者依價值活動將聯盟分類為四大類：技術發展聯盟、製造及後勤聯盟、行銷銷售及售後服務、多重活動聯盟。學

者蔡正揚、許政郎(民 80)以企業附加價值鏈將之劃分為七類：研究發展聯盟、製造及後勤聯盟、行銷銷售及服務聯盟、人事聯盟、財務聯盟、資訊聯盟、多重活動聯盟。眾多的聯盟策略型態取決於企業、經營者，聯盟型態的應用有助於資源應用、組織強化，並提升在市場上的行銷與競爭優勢，Varadarajan (1986)學者對這種以行銷功能為主的聯盟模式歸類為水平式的合作促銷，Porter(1998)學者在研究有形聯盟在市場上的競爭優勢，主要來自共同的顧客、共同的通路、共同的地理市場，可以降低市場開發的風險。

近年來，婚禮樂團興起於台灣婚禮宴會中，在現今社會市場趨向與網絡進步，婚禮樂團的宣傳、特色，以及其本身的音樂曲目與表演，不再僅限於口耳相傳、海報宣傳，隨著消費者藝文知識的提升，增進了以往活動消費者尋找樂團表演的次數。更透過部落格、臉書等網絡資訊發達，取代以往音樂廳表演、傳單的宣傳達到消費者對婚禮樂團的認識。亦有愈來愈多婚禮樂團除了單打獨鬥之外，也吹起了異業合作的風潮，並開始向外發展，找尋異業結盟機會，希望藉由互相合作、連結彼此以共創雙贏市場利基，從最基本資源交換到共生，也因此，在每一次的異業聯盟，應審慎考慮、不貿然做出決定。正所謂「近朱者赤，近墨者黑」，雖然比喻人之習性，會因環境影響而改變。但卻也生動的詮釋了品牌「匹配」原則、雙方品牌否能讓人順利聯想、品牌形象否相符、目標族群否一致等都必須建立在共同合作的基礎上。每個婚禮樂團與各家公司一樣在尋求和其它公司結盟時，必定會經由內部評估，尋求利潤最大化，風險極小化，而最終做出決策，此必不是單方面一廂情願可以做到，若利益明顯單獨的偏向某一方，那麼結盟最終也不會成功。

本研究之婚禮樂團在探討與分析異業聯盟上，了解雙方皆具有明確的目標、協議應合理明確並且具有相當的彈性、互補的資源、適當的聯絡管道、相似或相同的組織文化、雙方所指派的代表需要有良好的領導能力與溝通能力以及雙方應在互助、互信的原則下，一同履行約定等眾多的考量因素才能夠在這競爭壓力越來越大的市場當中得以順利合作，並提昇品牌形象與知名度，攜手開啟新的商機以達共創市場上的雙贏，擁有美好的經營前景。

## 2.5 資源管理

一個企業在經營上，除了要有經營、行銷策略等，還需要懂得資源管理。探討到資源管理就會提到「資源基礎理論」，資源基礎說認為組織需要有效地運用、發展核心資源及能力以建立競爭優勢(Wernerfelt,1984;Barney,1991;Grant,1991)。競爭優勢指的是組織在產業中相對於競爭者而言所擁有的獨特且優越的競爭地位，而此獨特且優越的競爭地位所表現於外在的就是高市場佔有率或是較佳的獲利能力(陳裕田，2001)。

此外，學者 Barney(1991)認為隨著環境變化，企業的競爭策略也必須隨之應變，以把握競爭優勢、維持企業的經營績效。他認為公司必須擁有異質性(heterogeneity)資源與不可移動(immobility)之資源，而這些資源必須具有價值性(value)、稀少性(rareness)、不可模仿性(imperfect limitability)、及不可替代性(insubstitutability)來建立組織長期性的競爭優勢(Competitive Advantage)。

將婚禮樂團以一個企業經營來看，如有效的運用與管理資源能夠在市場上建立競爭優勢，亦能維持更加長久地經營。學者 Grant(1991)認為資源為生產過程中投入的要素，將之分類為人力資源(human)、商譽(brand reputation)、財務資源(financial)、實體設備(physical)、技術資源(technology)、及組織資源(organizational)。而吳思華(1996)針對各個學者對資源的分類方式做出歸納統整後，提出了公司資源包含：有形資產、無形資產、個人能力、及組織能力四大部分。市調機構 IDC 更在 2000 年提出企業資源管理(Enterprise Resource Management)的概念，一種同企業管理息息相關，並關係到整個企業活動的概念，它可以使企業與合作的夥伴通過網路在企業擴展供應鏈上共用更多的信息。

從文獻資料、各學者對於資源管理的說法中可知，要建立長久的競爭優勢就要進行資源管理，在這個資訊發達的社會中，許多組織團體也為此提出了許多統整資料的有效資源利用。學者 Sirmon et al(2007)更是提出資源管理框架(Resource Managemant)的觀點。他指出組織必須透過資源管理的流程來實現競爭優勢並創造價值。資源管理的流程為建構組織的資源組合、整合組織所建構的資源來建立組

織能力，並充分利用組織能力來創造及延續顧客價值、組織價值。

就婚禮樂團而言，擁有優勢資源相形之下更為重要，擁有獨特而不可替代、無法被模仿的資源，才能夠成為婚禮樂團的優勢競爭力。

本研究的核心在探討婚禮樂團經營模式之研究，指標來源依照理論基礎藉由了解經營模式策略、行銷策略、異業聯盟及資源管理來創造市場的競爭優勢，找出攸關企業競爭優勢與來源之觀點作為概念基礎，進而依據婚禮樂團產業觀察其經營的模式重要市場需求為根據，形成初步架構，再進行訪談以修正此架構，藉此找出婚禮樂團經營的模式，最終協助婚禮樂團提昇或轉型的營運契機。





## 第三章 研究設計及執行

本研究之研究目的在於研究婚禮樂團如何經營、分析樂團個案的行銷策略、與異業聯盟狀況、婚禮樂團活動創新規劃及未來發展，因考量到研究對象較為稀少而不易使用量化調查來進行研究，故將透過多個案研究法、參與觀察、深度訪談及文獻分析等質性研究方式進行資料蒐集工作、訪談資料編碼與資料分析，並進一步了解婚禮樂團經營者的想法與經營模式。本章節第一節為研究架構，第二節為研究對象選取，第三節為研究方法，第四節為研究設計，第五節為研究執行。

### 3.1 研究架構

本研究目的為研究雲嘉地區婚禮樂團經營模式，進而形成了以下研究架構圖 3.1，主要探討雲嘉地區婚禮樂團的現況與婚禮樂團的經營模式如何得以在社會眾多產業中生存與未來發展方向的建議。研究者暫先擬定研究主題後，尋找、決定及瞭解研究對象，接著透過蒐集、閱讀相關書籍，經營模式、行銷策略、個案研究、前人文獻等瞭解與本研究相關的資料，包含了相關專書、期刊、學位論文、網站資料以及相關報導等，以利銜接過去學者研究與本研究之相關性，並進行文獻資料分析與整理，將其轉換成為本研究之研究架構。

本研究以雲嘉地區婚禮樂團經營模式為出發點，採用了質性研究，更針對經營部分採用了品牌經營、行銷策略、異業聯盟、資源管理、活動創新規劃與未來發展來擬定訪談大綱，接著透過深度訪談的資料編碼、分析與彙整後，進而提出研究結論與建議。

本研究的研究架構如下圖 3.1 所呈現：

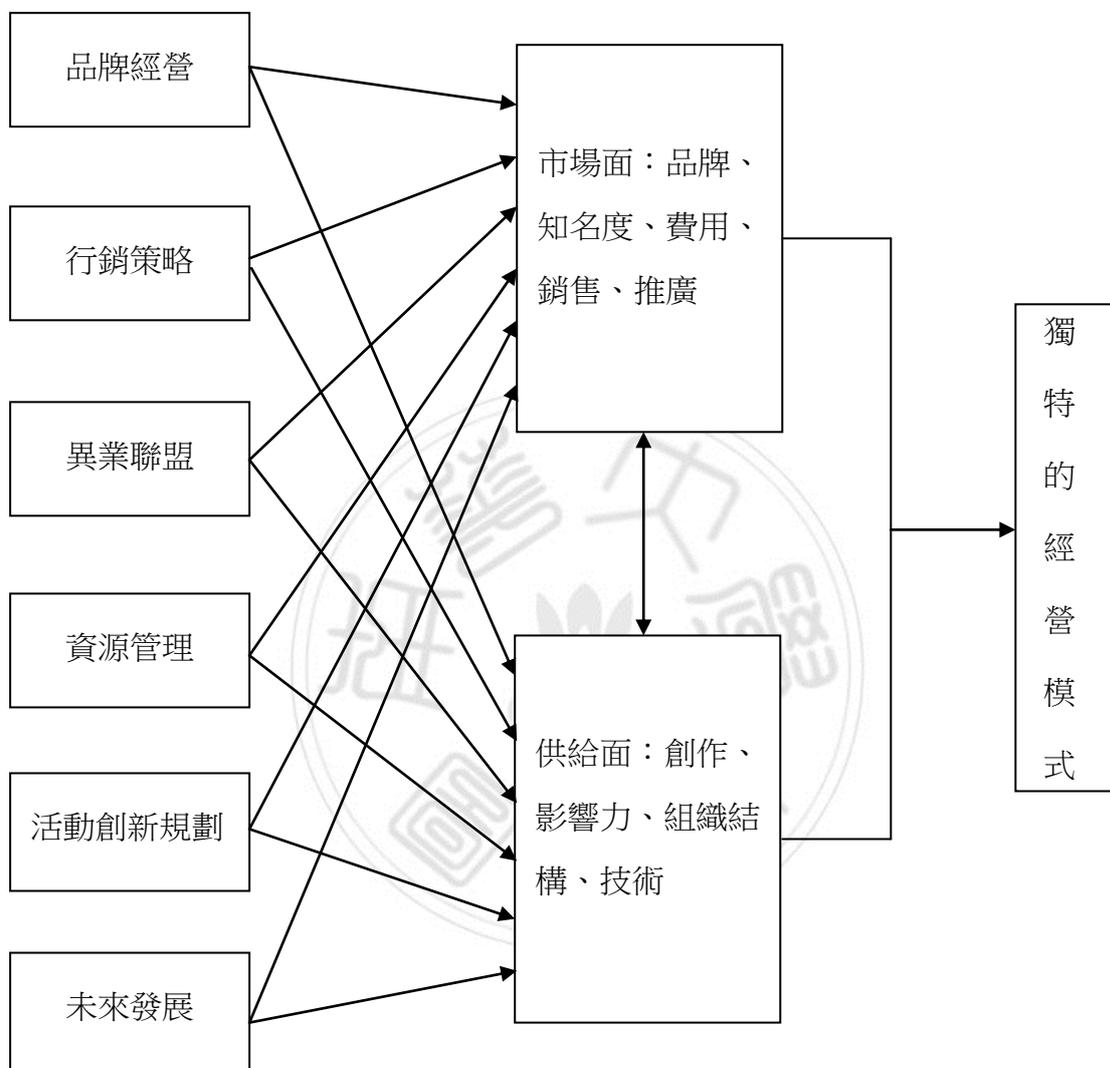


圖 3.1 研究架構圖

(資料來源：本研究整理繪製)

### 3.2 研究對象選取

本研究為探討雲嘉地區婚禮樂團經營模式，所選取之主要研究對象共分為兩類，第一類為雲林縣地區的婚禮樂團，受訪者為彤恩婚禮樂團團長、Just Marry 婚禮樂團團長，第二類為嘉義縣、市地區的婚禮樂團，受訪者為天使婚禮樂團團長、百合婚禮樂團團長、Ray Musician 商務活動樂團團長，共計五人。

受訪者如下表 3.1 所示：

表 3.1 訪談對象資料(依照受訪日期排列順序)

受訪團體	編號	受訪者身分	訪談日期	訪談時間	地點	備註
彤恩婚禮樂團	A	團長	2014.10.04	15：00 ~17：00	巨碩科技	雲林地區
天使婚禮樂團	B	團長	2014.11.05	15：30 ~16：30	嘉義市再耕園	嘉義地區
Just Marry 婚禮樂團	C	團長	2014.11.05	19：00 ~20：30	窩斗六咖啡廳	雲林地區
Ray Musician 商務活動樂團	D	團長	2014.11.07	12：30 ~13：00	中正全家便利商店	嘉義地區
百合婚禮樂團	E	團長	2014.11.07	15：00 ~15：30	愛爾堡幼兒園	嘉義地區

(資料來源：本研究整理製表)

### 3.3 研究方法

本研究為探討雲林、嘉義地區婚禮樂團經營模式之研究，透過了多個案研究方法、參與觀察法、深度訪談及文獻分析法等質化研究方式進行資料分析。進一步瞭解婚禮樂團的經營模式與經營者的想法。

#### 3.3.1 多重個案研究法

質性研究的研究方法中有非常多的手法，其中個案研究就是其中之一研究方法。它是一種策略，在進行個案研究時可以使用各種方法來切入，例如觀察、訪談、調查與實驗等，使之了解研究其脈絡原因，且個案研究具有特殊、描述、啟發、歸納、探索以及解釋等特性(邱憶惠，1999)。

個案研究方法是屬於質性研究的基礎，亦是種採用多元式社會研究法，社會科學研究者經常提及個案研究就是將焦點及注意力放在某個社會現象的一個或幾個實例上，個案研究最主要的目的可能是描述的，並且強調過程而非結果，就如同人類學家描繪有文字以前的部落文化一樣(邱泯科、陳佳穎、蔡毓智、姜馨彥譯，2004)

有關個案研究的定義，根據學者葉重新(2001)，個案研究是指對特別的個人或團體，蒐集完整的資料之後，在對其問題的前因後果做深入的剖析。依陳李綢(1996)的看法，個案研究可分為狹義與廣義兩種。狹義指對某些特定的人、事、物所做的描述、分析及報告。則廣義指採用各種方法，收集有效的完整性資料，對一個人或一個有組織的單位，做縝密而深入的研究歷程。在此所指的組織包括了學校行政案例、家庭事件、工商業案件、醫學臨床診斷案例、社會事件或人口問題等。

此外，Yin(1994)的觀點中，其認為不論是實驗法、調查法、歷史法、個案研究法或檔案分析法(Archival Analysis)都可運用於探索性、描述性或解釋性的研究，其區別的判準是依據「研究問題的性質」、「研究者對研究現象可掌握的程度」、及「研究現象是同時期或非同時期的事物」(Contemporary Events)來進行研究方法之選擇。總言之，個案研究的意涵為透過針對單一個或多個案進行研究，藉由多元

資料的蒐集及多重的比較分析，以找出其規律性，故事一種邏輯性的思考過程，以尋求解決問題的方法。而本研究將提出雲嘉地區婚禮樂團之下的個案：在台灣婚宴之中，婚禮樂團扮演著何種角色？面對市場競爭又如何因應？根據資料分析，期盼對彤恩婚禮樂團、Just Marry 婚禮樂團、天使婚禮樂團、百合婚禮樂團、Ray Musician 商務活動樂團的定位與經營模式釐清，並推演出婚禮樂團對未來婚宴產業的發展與方向。

### 3.3.2 參與觀察法

研究者大學時期就讀南華大學民族音樂學系，所學的是民族音樂學相關知識性理論、技術。現階段於研究所學習管理相關領域的理論知識，即以這兩種學術理論作為基礎對婚禮樂團經營進行觀察。藉由參與觀察，研究者將於本研究中提出自己的看法與觀點，以作為本文中論述的一部份。

婚禮樂團能在市場上有效的經營、行銷與包裝，發展更加多元、創新的表演附加價值，並且積極開拓新的市場與消費觀眾，研究者認為是未來進一步發展的主要方向。學者周幼明(2002)指出台灣音樂產業具有銷售實績資料之公司甚少，不易採用調查研究法或其他量化研究法來蒐集所需資料。因此想要瞭解婚禮樂團的實際運作，需透過婚禮樂團內相關人士的說明，才能夠獲得實質性的資料，進而做分析。

### 3.3.3 深度訪談

深度訪談是本研究的研究方法之一。經由深度訪談，預期可以瞭解婚禮樂團的經營模式、行銷策略、異業聯盟狀況、活動創新規劃與未來發展。另一方面，也可經由這些訪談，更能夠從經營者的立場來看待整個婚禮樂團在經營的方式。

深度訪談是能夠使研究更深入的進行分析，利用事前充分準備與收集的資料和約訪與預防等前置作業，進行訪談時視情況隨機應變調整，由各個面向來進行剖析來探求事情真相(萬文隆，2004)。

## I 深度訪談進行步驟

訪談者為研究者本身。本研究受訪對象以婚禮樂團經營者為主，進行訪談前首先蒐集受訪者資料與聯絡，並與其建立良好的互動關係，才能進一步的獲得有意義的資料。本研究採用半結構性訪談(Semi-Structured Interviews)，事先準備好訪談的題目已擬定訪談大綱，在與受訪者約定好時間地點後進行訪談時，訪談大綱僅為研究者進行訪談時參考使用，在訪談進行中可依情況適當的調整與離題訪談在帶回主題(孫義雄，2007)。為了能夠使訪談內容完整記錄下來，研究者在訪談前先徵得受訪者的訪談同意，在訪談結束後帶回資料，並針對擬定訪談大綱之提項進而研究探討。

## II 深度訪談所需準備的工具

訪談必備工具包括：錄音筆、筆、筆記本。錄音筆的用途是錄製整個訪談的內容，而筆和筆記本的用途則是記錄受訪者提到的關鍵字，用來補充編打逐字稿時可能造成疑惑的字句、語音，或是受訪者當下的手勢、表情和語調等不能由錄音中獲知的資訊。為了能夠使訪談內容完整記錄下來，研究者在訪談前先徵得受訪者的訪談同意。

### 3.3.4 文獻分析法

文獻包含著人類知識中記錄下的資訊，例如文字、圖像、符號、聲音頻率、影像等，並具有悠遠歷史與當前實用價值之資料。(黎斌麗，2012)

本研究透過蒐集、閱讀相關書籍，包含了相關專書、期刊、學位論文、網站資料、統計資料及相關報導等文獻資料，作為研究雲嘉地區婚禮樂團經營模式的基礎資料。學者陳月娥(1999)，使用文獻分析法的優點與缺點如下表 3.2：

表 3.2 文獻分析法的優點與缺點

優點	缺點
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 容易接近原本難以接近的對象</li> <li>● 未產生反作用</li> <li>● 可進行長期分析</li> <li>● 可抽選大樣本</li> <li>● 自發性高</li> <li>● 可蒐集自白性資料</li> <li>● 成本低</li> <li>● 可獲取高品質資料</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 易誤導產生偏誤</li> <li>● 部分資料不易蒐集</li> <li>● 資料欠完整</li> <li>● 部分資料利用性低</li> <li>● 選樣偏誤</li> <li>● 語言受限</li> <li>● 缺乏標準公式</li> <li>● 編碼困難</li> </ul>

(資料來源：本研究整理製表)

從此處可知，文獻探討法的使用各有利弊，所以研究者在探討婚禮樂團經營模式之資料來源分為兩類：一個是第一手資料，透過訪談深度訪談紀錄後整理資料做分析；另外，以次級資料作為資料來源，次級資料如：婚禮樂團的宣傳文宣與網站資訊等資料，以及前人研究之相關議題。

### 3.4 研究設計

本研究的研究對象為雲林、嘉義地區婚禮樂團為主，且主要以頗具知名度且近期亦有接洽婚禮演出的婚禮樂團團體：彤恩婚禮樂團、Just Marry 婚禮樂團、天使婚禮樂團、百合婚禮樂團、Ray Musician 商務活動樂團，共計五個樂團作為本

研究的對象。主要將範圍朝向婚禮樂團如何經營並符合市場需求。

本研究將雲林、嘉義地區婚禮樂團業者之經營模式聚焦於品牌經營、行銷策略、異業聯盟、資源管理、活動創新規劃與未來發展這六個方向探討之，並以此建立出以下題項設計：

## 一、 品牌經營方面

1. 成立宗旨與理念
2. 品牌特色如何定位?
3. 經營設計與內容

## 二、 行銷策略方面

1. 貴團體如何訂出價格標準?
2. 貴團體是否提供優惠活動?對於整體收入有何影響與效益?
3. 宣傳設計形式的主要管道為何?以何種宣傳型式效果最好?
4. 網路社群的經營定位與目標?
5. 對網路社群經營的未來規劃與遠景?

## 三、 異業聯盟方面

1. 貴團體是否與哪些不同產業進行跨業團體結盟合作?
2. 運用哪些模式進行跨業合作?
3. 異業聯盟的效益如何?

## 四、 資源管理方面

1. 演出流程安排的基本理念為何?

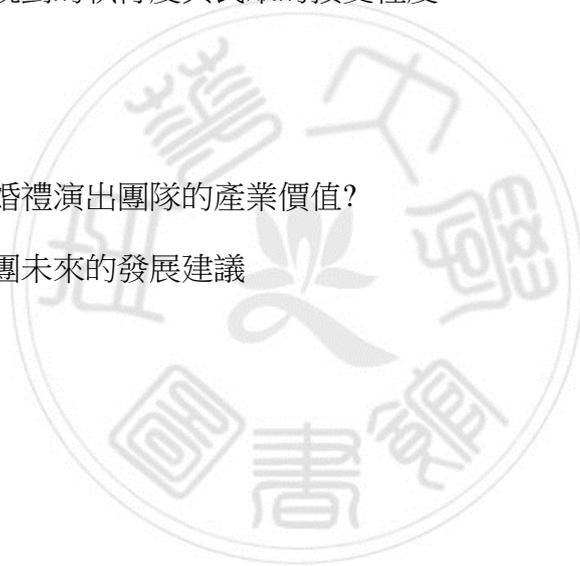
2. 貴團體如何安排、接洽婚禮演出場次與場地?有那些相關考量的因素?
3. 貴團體演出的人員是如何招募、訓練，平均年齡層、職業為何?
4. 貴團體平日是否有固定練習的場域?
5. 演出者的樂器來源與保養?

## 五、 活動創新規劃方面

1. 創新的演出型態與模式定位的理念?
2. 貴團體的活動創新規劃有哪些?
3. 活動創新規劃的執行度與民眾的接受程度?

## 六、 未來發展

1. 如何提昇婚禮演出團隊的產業價值?
2. 對婚禮樂團未來的發展建議



## 3.5 研究執行

### 3.5.1 深度訪談步驟

本研究訪談步驟劃分為三個階段執行：

#### I 訪談前的執行

研究者在訪談前，先蒐集相關文獻、資訊等作為參考資料，在與指導教授討論與擬定訪談大綱，並透過相關人士的推薦以雲林、嘉義地區頗具知名度且近期亦有接洽婚禮演出的婚禮樂團團體做為對象。研究者先是以網路 Facebook 及 E-mail 留言說明論文之研究題目與訪談大綱，使受訪者對訪談問題有個初步了解，並以電話作聯絡確認受訪者的意願後，再進一步與受訪者約定受訪時間與地點。

#### II 訪談進行中的操作

本研究以一對一、面對面的開放式訪談錄音進行。研究者依照所擬定之訪談大綱作為訪談輔助資料，口語化的進行提問訪談，從中獲得受訪者的想法、經驗與建議。平均受訪時間為一個小時左右。

#### III 訪談結束後的處理

研究者於訪談結束後，將訪談之錄音檔建立出一份電子文字資料的逐字稿，過程中如有疑惑之處，便透過電話或是 E-mail 郵件的聯絡方式向受訪者作確認，最後將所有訪談逐字稿建立後，再逐一針對逐字稿內容進行編碼分析以利資料整理與研究進行。

### 3.5.2 訪談資料編碼說明

訪談逐字稿建立之後，接著即進行內容編碼分析。句子或段落標籤化的重作即是「編碼」，但並非賦予名稱而已，而是要予以概念化(齊力、林本炫，2005)。本研究編碼將逐字稿整理過後製表，填上訪談日期、時間、訪談地點及訪談對象，將表分為兩欄，左欄為受訪者回答內容之逐字稿，而右欄則是為研究者分析後歸

納出重點以及編碼，以代號「A」、「B」、「C」、「D」、「E」代表受訪者，依照訪談大綱分為六大題項，再依照各大題項細分分項，以下為編碼範例：

## 一、 品牌經營方面

1. 成立宗旨與理念
2. 品牌特色如何定位?
3. 經營設計與內容

## 二、 行銷策略方面

1. 貴團體如何訂出價格標準?
2. 貴團體是否提供優惠活動?對於整體收入有何影響與效益?
3. 宣傳設計形式的主要管道為何?以何種宣傳型式效果最好?
4. 網路社群的經營定位與目標?
5. 對網路社群經營的未來規劃與遠景?

如受訪者 A 對於訪談大綱中第一題項中的第一分項提出見解之重點，則該編碼為 A-1-1-1，A 代表受訪者，1 代表主題題項，1 代表分項問題，最後一個 1 則是重點編號，若當題中出現兩個重點題則應將編碼為 A-1-1-1-1、A-1-1-1-2 接續編號，第二題項中的第一分項編碼為 A-2-1-1 以此為例類推以下編碼。



## 第四章 研究結果與討論

本章結藉由深度訪談，依據訪談的六個層面進行研究結果分析與討論，並從中去發現。第一節婚禮樂團品牌經營分析，第二節婚禮樂團行銷 4P 策略，第三節婚禮樂團與異業聯盟，第四節婚禮樂團資源管理，第五節婚禮樂團活動創新規劃現況，第六節未來發展。

本研究將研究對象以編碼 A「彤恩婚禮樂團」；B「天使婚禮樂團」；C「Just Marry 婚禮樂團」；D「Ray Musician 商務活動樂團」；E「百合婚禮樂團」作為本章節受訪對象之代號。

### 4.1 婚禮樂團品牌經營分析

#### 4.1.1 成立的宗旨與理念

A 婚禮樂團從 2011 年成立至今已有三年之久，編制從原本五個人逐漸擴增至十個人，主要把以前表演於音樂會的形式帶出來，讓優雅、氣質的音樂不再只是侷限在音樂廳當中。

主要就是因為我們都是學音樂出身的。(A1-1-1-1)

以前的婚禮樂團主要就是舞台車、歌舞團等那些型式，然後我們只是把音樂會的那種形式帶入婚禮中。(A1-1-1-2)

B 婚禮樂團成立於 2010 年。樂團人員的固定是整團穩定發展的原因之一，因為 B 婚禮樂團的理念將音樂帶入人心、感動他人，讓整個婚宴除了熱鬧外，更是增添了溫馨感。

用音樂感動你我的心。(B1-1-1-1)

因為我本身是教了二十三年的鋼琴老師，那從教鋼琴跟教歌唱，那

再轉站到主持這一塊，那我也沒想到說它在我日後的兩三年成為了我另外的的工作。那其實我們樂團事實上跟別的樂團比較不同的是我們有固定的成員，你可以看我們的成員，而且我們有固定的團練，我們幾乎很少有其他的人。(B1-1-1-2)

我成立天使樂團是想要有一個宗旨是說，天使樂團有三心二意，第一心是耐心、第二心是誠心、第三心是同理心，這都是婚禮必須具備的，還有真意跟美意，然後去圓滿每一場屬於不管是新人或者是誰，那都是天使的婚禮。(B1-1-1-3)

C 婚禮樂團成立於 2012 年。團長本身是從事音響設備的工作，因為和一群同樣喜歡音樂與婚宴場合而在一起接演婚禮場次。

其實一開始只是單純的在玩音樂吧。因為我們的團名既然叫做 JustMarry，那我們的宗旨就是因為非常喜歡這種很特殊的這種場合。(C1-1-1-1)

D 婚禮樂團成立於 2012 年。主要成立的宗旨從實際層面來看是以賺錢為主，但是從更廣泛的面向來看，接洽婚禮場次和活動演出等一方面以賺錢為目的，但也盡心盡力地將活動場次完整的辦完，這也是一分錢一分貨的價值。

成立的宗旨是賺錢啊。(D1-1-1-1)

我們連活動都有做，我是覺得能幫別人做好一樣活動，他們開心我們當然也開心。(D1-1-1-2)

E 婚禮樂團成立於 2010 年。在未創立前各個音樂表演者的工作皆是任教音樂教師，直至台灣遇到金融風暴後，社會經濟起伏變動大而導致許多人失業、家庭經濟出現困境。此時，E 成立了婚禮樂團，一方面將表演融入婚禮場合，另一方面

亦是為有一技之長的音樂表演者發展工作空間。

因為金融風暴，然後一些老師他們就沒有工作，所以我們才會再另外成立這個樂團。(E1-1-1-1)

從訪談編碼分析五個樂團來看，其成立的宗旨是將音樂表演帶入婚宴場合當中，也藉由透過活動的安排讓婚宴跳脫傳統的框架，帶出不一樣的藝術、典雅婚宴風格。

表 4.1 成立宗旨

團體名稱	成立年	設立宗旨	申請類別/ 立案單位
彤恩婚禮 樂團	2011 年	主要把以前表演於音樂會的形式帶入婚禮中，讓優雅、氣質的音樂不再只是侷限在音樂廳當中。	音樂/雲林 縣文化局
天使婚禮 樂團	2010 年	將音樂帶入人心、感動他人。並秉持著三心二意：耐心、誠心、同理心；真意與美意。	音樂/嘉義 市文化局
Just Marry 婚禮樂團	2012 年	喜歡音樂與婚宴場合。	音樂/雲林 縣文化局
Ray Musician 商務活動 樂團	2012 年	主要成立的宗旨從實際層面來看是以賺錢為主，但是從更廣泛的面向來看，盡心盡力地將活動場次完整的辦完是一分錢一分貨的價值。	音樂/嘉義 市文化局
百合婚禮 樂團	2010 年	一方面將音樂表演融入婚禮場合，另一方面亦是為有一技之長的音樂表演者發展工作空間。	音樂/嘉義 市文化局

(資料來源：本研究整理製表)

#### 4.1.2 品牌特色如何定位？

品牌特色定位旨在市場中透過品牌形象的過程和結果使商品在目標消費者的中心佔領一個特殊的位置，以達到建立目標消費者的聯繫關係。研究者將訪談編碼的資料分析後，觀察到這五個婚禮樂團對於各自品牌形象的定位。

A 婚禮樂團的特色是以典雅、優美的風格與整體視覺的一致性作為區隔於同業的品牌形象定位。

主要是跟辣妹做區隔，而且我們大部分都是以女生、女性的演奏者為主。(A1-1-2-1)

我們一開始就是一律穿同一系列的禮服，所以人家一看到穿這種制服就是我們這個團體。(A1-1-2-2)

B 婚禮樂團的特色是以親和力為主，活動安排與音樂表演風格皆能看出其為品牌特色定位。對於內部要求也不容馬虎，除了迎合目標消費者的喜好，也將自身的價值定調、規範清楚。

我們把自己定調在於親和、親和力，因為人家說曲高和寡嘛，所以我們會有在每個演出上面會有古典樂曲、流行樂曲，那甚至有演唱，然而像我在訓練主持人或者是樂團的老師，我也不希望他們在服裝上有太過裸露，或者是亮片太多。(B1-1-2-1)

C 婚禮樂團的品牌定位定調在婚禮，其演出的目的在於讓即將結婚的新人能夠取其所需，亦期望能夠為婚禮帶來更不一樣的音樂風格。

品牌定位就是為了婚禮而存在。(C1-1-2-1)

D 婚禮樂團的品牌特色定位在於不與其他同業做削價競爭、比價，希望能夠與目標消費者達到期望一致，並且只要有接下場次就一定盡其所能的完成。

我不會因為真的是為接場而接場，我既然要做，我會把它做的最好！  
我不會去跟別人比價、削價競爭，我會以客人的需求為最重要。(D1-1-2-1)

E 婚禮樂團以百年好合的祝賀語來為樂團取名，並將樂團註冊商標以期望不被冒用、盜取。針對婚禮樂團的品牌特色經營更是自有一套，客製化的選項讓目標消費者選擇更加多元。

我自己取的，我想說百年好合，所以就想取一個名字，然後讓大家都能夠印象深刻，所以我就取百合。(E1-1-2-1)

百合我有給它做商標的設立和立案。(E1-1-2-2)

因為以前都是脫衣舞啊那些，那我們要區隔就跟他們不一樣，我們有不一樣的質感，所以我們都穿禮服，除了禮服之外的，我們也會幫他做一些不一樣的橋段設計，增加了除了樂團的演出之外，我們還有一些專業的主持，包括流程的那些橋段，我們就會特別的再幫他設計過，所以讓他的婚禮就有客製化的一個演出。(E1-1-2-3)

從上述中可以看出這五個婚禮樂團對於各自的品牌形象特色都有屬於自己的風格、定位，為達市場需求，品牌定位是經營傳播產品中相當重要的一環，這也讓目標消費者能夠更快的知曉與記憶，以達到一個產業與消費者的聯繫。

#### 4.1.3 經營設計與內容

訪談的五個婚禮樂團屬於流行音樂、古典音樂、爵士音樂等，但卻有不同的音樂風格、經營特色、活動安排。婚禮樂團要如何在眾多樂團中脫穎而出是一個

很重要的、值得去思考的問題。

在經營設計與內容，研究者訪談的這五團資料共同整理、分析，婚禮樂團希望作品能維持品質、迎合新人的喜愛，讓婚禮樂團在市場上更具有競爭力與發展。

A 婚禮樂團以古典樂團的配置演奏現代流行的歌曲。

我們是以古典樂團的配置去演奏現代流行歌曲。(A1-1-3-1)

B 婚禮樂團不做低價位的品牌，每位成員非常用心的準備與表演，將音樂帶入人心、感動他人。

因為我傾向不是想做所謂的低價位的品牌。其實像你看我其實也是練個十來年的音樂，然後我們每一次在處理每一個新人的故事，每一個成員都是非常的用心。(B1-1-3-1)

C 婚禮樂團設計出專屬的 Logo，系列的包裝設計讓客人能夠藉由 Logo 更進一步地接近與認識 C 婚禮樂團。

我們有自己的專屬 logo，包括我們有我們的團服、我們的標準演出的衣服，演出服、團服。(C1-1-3-1)

我們的 logo 有五個，因為我們團員大家都覺得這個也不錯、那個也不錯，反正它上面都有秀出 JustMarry 嘛，所以我們把這五個 logo 全部都收入就是整個系列都包裝。(C1-1-3-2)

D 婚禮樂團表示婚宴的安排以客人的需求條件為主，透過接洽討論了解客人的需求，進而分享、建議客人安排哪些內容。

我若接一個客人，我會去跟他就是當面會談兩次，我會先聽他的需

要，然後再跟他分享我的建議。(D1-1-3-1)

內容如果是以婚宴來講，內容不外乎是我們開場的時候、婚宴開場的時候他們需要什麼樣的音樂，他們是要用放音樂的呢，還是要請樂師在台上做演奏，還是要在門口演奏迎接客人，再看客人的需要，然後再來就是流程走到當然就是要先進場嘛，進場他們要用什麼樣的形式，有些客人有些新郎想跳舞之類的，我們就可以跟客人做一個討論，然後活動持續，我們絕不能讓場子冷下來，就是說他在第一次進場跟第二次進場的中間他們需要做什麼樣的事情，或者是說做什麼樣的歌曲，或是有甚麼樣的表演，或者是是哪樣的藝人、大官要來致詞什麼的我們都知道的非常的清楚，然後等這個中間，第一次進場、第二次進場中間結束後就會換到第二次進場，第二次進場他需要什麼東西，第二次進場他是要主婚人是不是要上台，或是說他的親朋好友有沒有要來祝賀他都要放在第二次進場，然後我們會問他說在這之間，你需不需要跟台下做一些什麼互動啊、想玩遊戲、抽捧花之類的，這就是我們需要跟客人討論的，再來就是說看他有沒有第三次進場，如果有的話要是二進、三進前中間看要做什麼活動就跟客人討論，再來就是結束，這是最基本的。

(D1-1-3-2)

E 婚禮樂團表示口碑很重要，將口碑做好才能夠再去進一步的接洽、設計婚宴流程內容。

最重要的我覺得是現場做的口碑好，然後去做的那個效果會更好。

(E1-1-3-1)

近幾年新起的新興婚禮樂團對於經營理念並沒有專業管理經營那麼的專業，開始接洽婚禮場次與演出活動的機會後，漸漸的從中成長、發展。

表 4.2 婚禮樂團經營設計與內容

團體名稱	經營設計與內容	特色照片
<p>彤恩婚禮 樂團</p>	<p>整體一致性。以古典樂團的配置演奏現代流行的歌曲。</p>	
<p>天使婚禮 樂團</p>	<p>以不做低價位的品牌為目標，並將音樂帶入人心、感動他人。</p>	
<p>Just Marry 婚禮樂團</p>	<p>設計出專屬的 Logo，系列的包裝設計讓客人能夠藉由 Logo 更進一步地接近與認識 Just Marry 婚禮樂團。</p>	
<p>Ray Musician 商務活動 樂團</p>	<p>婚宴的安排以客人的需求條件為主，透過接洽討論了解客人的需求，進而分享、建議客人安排哪些內容。</p>	
<p>百合婚禮 樂團</p>	<p>口碑很重要，將口碑做好才能夠再去進一步的接洽、設計婚宴流程內容。</p>	

(資料來源：本研究整理製表)

## 4.2 婚禮樂團行銷 4P 策略

### 4.2.1 貴團體如何訂出價格標準？

價格的訂定方式有很多，婚禮樂團會依照樂手、樂器、演出場地、演出流程安排等因素而有所不同，然而參考市場價格、同業的價格標準以及多次與新人們接洽、共同討論來定訂出價格標準，如：一個場次要配三個樂手，樂手價位於六千至八千不等，皆視婚禮樂團各自的標準定價而定。

A 婚禮樂團以市價作為標準訂定出合適的價格，討論議價的內容包括音響設備、表演樂手、主持人、婚宴流程接洽等。

就依市價，找出市價，因為婚禮樂團演出大概就是人脈、音響嘛。然後人緣跟音響的話，音響他們已經行之多年了，所以音響的市價你就問一些音響的公司就知道了，所以一場大概，如果是本縣市來講不跑外縣市的話，大概都六千到八千，六到八看桌數喔！桌數大概五十桌以內大概就這個價錢。(A1-2-1-1)

可是這樣價錢聽起來是不是很高，可是呢，他們事前的準備要跟主家或者是一些發表會跟主辦單位接洽的東西，他們需要花很長的時間，所以必須說，你看有些一場活動兩個鐘頭，可是他也兩個禮拜就準備了。(A1-2-1-2)

B 婚禮樂團有訂定一個價位表，價位依照團員的實力、特色作為分類，透明化的婚禮樂團價位表讓接洽的新人能夠清楚且迅速的知曉需要的安排與配置。

我們樂團有一定的價位表，比方說我們有 A 咖的團員、我們有 B 咖的團員、有 C 咖、D 咖的團員。(B-2-1-1)

C 婚禮樂團的價格標準訂定是直接參照聘任的樂手與音響設備的價格，並考量

交通距離以作為價格標準的訂定原則。

我們的價格標準直接參照，比如說台中的樂師、樂手老師他們的價位，那因為樂手老師又有分成老派的跟年輕那一派的，所以其實說他現在是有一個很大的落差，你去現場看到你會發現這場樂手可能都是年輕人，或者是這場樂手都是年紀比較大一點的，那他們的定價策略其實在我的觀察的話，如果是年紀比較大的話，他們的酬勞、酬庸大概在雲林縣的話，大概是在四千塊到六千塊不等，那比較年輕的話，在雲林縣的話目前定價大概是在三千塊到五千塊這個範圍，那當然是看你的實力到哪邊。(C1-2-1-1)

D 婚禮樂團表示以客人的預算來做婚宴流程的安排，所以並沒有制定一套固有的價位表供客人參考。

我有一個標準就是第一件事情就是我會先問客人的預算，有多少錢我們做多少事情。(D1-2-1-1)

E 婚禮樂團依照演出的時間訂定出演出的價格，以四千元到五千元為一個樂手的價格，若一場婚宴需要三個樂手價格就是一萬二或一萬五，音響設備如需要另外聘請則價格會再做討論與調整。

我們剛開始就是訂一個人的價格就是要五千塊以上，因為我們演出的場時間很長，那後來時間也變成縮短，大概兩個半小時，那所以時間原則上我們訂的價錢就是一個樂手就是四千到五千，那實際給老師的部分大概三千左右。(E1-2-1-1)

從訪談編碼分析來看，價格的訂定與新人的需求、預算是互相緊密相關的，

並不是因為定價多少就是多少，除了考量到新人外，也要考量到婚禮樂團本身的價值。

表 4.3 婚禮樂團價格表(以三人組合音響來看)

團體名稱	訂定標準想法	價格範圍
彤恩婚禮 樂團	以市價作為標準訂定出合適的價格，討論議價的內容包括音響設備、表演樂手、主持人、婚宴流程接洽等。	約 18,000~20,000 元左右 (實際金額以實際接洽婚禮樂團為主)
天使婚禮 樂團	價位依照團員的實力、特色作為分類，透明化的婚禮樂團價位表讓接洽的新人能夠清楚且迅速的知曉需要的安排與配置。	約 20,000~30,000 元左右 (實際金額以實際接洽婚禮樂團為主)
Just Marry 婚禮樂團	直接參照聘任的樂手與音響設備的價格，並考量交通距離以作為價格標準的訂定原則。	約 18,000~20,000 元左右 (實際金額以實際接洽婚禮樂團為主)
Ray Musician 商務活動 樂團	以客人的預算來做婚宴流程的安排，所以並沒有制定一套固有的價位表供客人參考。	約 20,000 元左右 (實際金額以實際接洽婚禮樂團為主)
百合婚禮 樂團	依照演出的時間訂定出演出的價格。	約 20,000~25,000 元左右 (實際金額以實際接洽婚禮樂團為主)

(資料來源：本研究整理製表)

#### 4.2.2 貴團體是否提供優惠活動？對於整體收入有何影響與效益？

優惠活動對於整體收入多少還是會影響，例如：一般音樂會的演出票價優惠推出了早鳥優惠，提早購票的人可以享受到優惠折扣等諸如此類的優惠活動。

婚禮樂團亦然也有類似的優惠活動，受訪者 A1 表示透過提早預訂日期之優惠，讓大家提早把時間定下來，除了方便流程之安排也便於提早與樂手聯絡、樂曲精練。

前三個月至前半年，如果預訂成功的話就是有打折，那為什麼會這樣子呢？因為好的日子大部分都是那幾天，所以有很多新人都會想說在結婚的前一兩個禮拜再訂就可以了，可是好的樂手大家都搶，而且每一個人的婚禮都是不一樣的嘛，所以算是特製的，所以我們不太可能在短時間之內為你特製出這樣子的符合你的需求。(A1-2-2-1)

比較早，好安排說你那一天的行程到底要是什麼。(A1-2-2-2)

受訪者 C1 和 E1 表示透過贈送婚禮小物可以增加新人的喜愛與更多場次的接洽。

我們會送婚禮小物。(C1-2-2-1)

當然是希望讓客人覺得我們的誠意、感受到誠意啦。(C1-2-2-2)

我們都有不一樣的優惠，我們每一個時期都會送棉花糖、會送對杯，然後會送樂手啊，或是你要幾團就有幾團，我們就有另外的互惠啊，還有蛋糕塔、香檳塔就是另外推出不一樣的優惠，就是你要有很多的創新、創意。(E1-2-2-1)

營業額一定會增加啊，而且他會覺得別人沒有、你有送。(E1-2-2-2)

而受訪者 B1 和 D1 則表示沒有特別的優惠活動，但各有各的定奪。

到目前我們倒是沒有所謂的什麼優惠活動，但是我們是以新人他們的需求、專案量身訂做，當然你說要有低價位的我們也可以幫你安排，因為裡面的老師每一個人都身懷絕技，一個人就會三樣，一個人就可以 handle 五十桌的婚禮場。(B1-2-2-1)

我們訂的價位高，但是我們質量要做得好，還有質感要做得好，我們的客人也都會要求質感。(B1-2-2-2)

優惠活動具體的是沒有。如果說有長期配合的客人，我不會說長期跟我配合我就跟你打幾折這樣，我會就是說你的廠叫我這樣子，可能我本人去幫你做表演這樣子，我不跟你收我的樂師費、我個人的樂師費。(D1-2-2-1)

對於整體收入影響與效益這會有，因為人家第一個就是會說你這個人很大方，你就這樣子幫助，第一個幫助到他們，他們會開心，第二個我人情也有做到，人家之後有場子也會介紹給我這個樣子。(D1-2-2-2)

#### 4.2.3 宣傳設計形式的主要管道為何?以何種宣傳型式效果最好?

從訪談中得知，婚禮樂團透過人們的口耳相傳與社群網站廣告的宣傳降低成本的花費，此一管道也是效果極佳的一種方式。

A 婚禮樂團：「大部分還是那個網路行銷，不然就是朋友介紹，目前為止還是網路行銷的效果最好，因為他們會直接在上面看到我們的演出的一些影片。(A1-2-3-1)」

B 婚禮樂團：「我們都是在第一個粉絲團，或者是我自己個人的 FB 上面我會去分享。(B1-2-3-1)

那唯獨有一個廣告是廣告車，那是我父親的車子，他把我們天使樂

團的宣傳照輸出大圖，然後去把它貼在車上，把我們天使載著滿街跑。  
(B1-2-3-2)」

C 婚禮樂團：「我們請平面設計公司針對 JustMarry 這件事情、針對結婚這件事情，然後去幫我們做一些行銷，或者做一些 logo，然後我們所有的相關的物品、包裝就全部用我們的 logo 再下去延伸。(C1-2-3-1)

我們目前還是透過口耳相傳跟 FB 粉絲頁，透過這樣子的方式，然後以朋友跟朋友去交叉、去把人際關係放大。(C1-2-3-2)」

D 婚禮樂團：「一開始我覺得網路宣傳非常的好，但是我覺得錯了，今天如果要去推銷我自己的話，我只能多去找廠商配合。(D1-2-3-1)」

E 婚禮樂團：「我都是自己做網站去做，也沒有說特別做什麼樣的耶，但是就是現場的那個氣氛啊，那個口碑的傳導我覺得很重要，就是你做好，客人就會去幫你做介紹。(E1-2-3-1)」

#### 4.2.4 網路社群的經營定位與目標?

現在的社會資訊普遍大眾都是經由電腦、手機連網上線做點閱查詢，甚至是近年來 Facebook 社群的出現，讓大眾不論在何時何地開啟網路後第一個開啟的網頁就是 Facebook，不論是自己發佈貼文、朋友發文、關注活動、成立粉絲團、成立私人社團等皆是生活上不可或缺的。

透過 Facebook 社群網站將婚禮樂團的最新活動與團練動態、訊息以及相關活動照片等發佈到 Facebook 網站上，使路過人、粉絲隨時隨地能夠關注婚禮樂團的訊息。亦是透過網路經營行銷為花費最少的方式之一，然而也是有少數人沒有在使用 Facebook 網站，許多資訊會被忽略，本研究對象皆是有使用 Facebook 社群網站在做經營，亦有些婚禮樂團也有成立專屬的網站，讓更多人方便查詢與關注。

下表為婚禮樂團網站資訊：

表 4.4 婚禮樂團網站資訊

個案團體	網站資訊
A	部落格： <a href="http://amandamusic36.pixnet.net/blog/category/1823506">http://amandamusic36.pixnet.net/blog/category/1823506</a> Facebook： <a href="https://www.facebook.com/2011toand?bookmark_t=page">https://www.facebook.com/2011toand?bookmark_t=page</a> 影音網站： <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Sg9lZWp7w3Y">https://www.youtube.com/watch?v=Sg9lZWp7w3Y</a>
B	Facebook： <a href="https://www.facebook.com/pages/Wendy%E5%A4%A9%E4%BD%BF%E6%A8%82%E5%9C%98/324503207591521?fref=ts">https://www.facebook.com/pages/Wendy%E5%A4%A9%E4%BD%BF%E6%A8%82%E5%9C%98/324503207591521?fref=ts</a> 影音網站： <a href="https://www.youtube.com/watch?v=LQxP_t3zRAk">https://www.youtube.com/watch?v=LQxP_t3zRAk</a>
C	Facebook： <a href="https://www.facebook.com/JustMarryBand?fref=photo">https://www.facebook.com/JustMarryBand?fref=photo</a>
D	Facebook： <a href="https://www.facebook.com/pages/RAY-%E5%95%86%E5%8B%99%E6%B4%BB%E5%8B%95%E6%A8%82%E5%9C%98/412897708829888">https://www.facebook.com/pages/RAY-%E5%95%86%E5%8B%99%E6%B4%BB%E5%8B%95%E6%A8%82%E5%9C%98/412897708829888</a>
E	官方網站： <a href="http://www.happymusicday.com/">http://www.happymusicday.com/</a> Facebook： <a href="https://www.facebook.com/LilyWeddingMusic">https://www.facebook.com/LilyWeddingMusic</a> 影音網站： <a href="https://www.youtube.com/watch?v=slOIH7Pc0iM">https://www.youtube.com/watch?v=slOIH7Pc0iM</a>

(資料來源：本研究自行整理製表)

A 婚禮樂團：「網路說真的他有一個缺點，一些中老年人不太會，就是主家的家長不太會上網去看，依我們的這個區域，雲嘉地區、雲嘉南地區，所以變成說會來我們這邊看的都是一些年輕人，可是如果是父母作主的那種比較不會知道我們，所以我們會有一個缺點就是每次我們演出完，

他們就會跟我們說為什麼都沒看到我們在廣告。(A1-2-4-1)」

B 婚禮樂團：「用真心的文字、真性情的文字去感動分享，然後以這樣子的方式跟態度去打動每一個人的心。其實老實說我們有很多的案子都是從 FB 來的，有的人甚至觀察我們很久。(B1-2-4-1)」

C 婚禮樂團：「我們就設定多少個讚，可能就是一百個，再來設定三百個、五百個，再來一千個、一萬個之類的循序漸進(C1-2-4-1)」

其實我們有觀察過啦，當我們每個禮拜都有認真的在演奏，或者是認真的跑街頭的時候，它的那個按讚的那個效益就比較高，那如果我們很懶散一個月可能只有一兩次、甚至沒有 PO 字、一些東西上來的話，其實它反應就會很慢，所以我覺得說這個指標非常的好觀察。(C1-2-4-2)」

D 婚禮樂團：「在網路上面經營的我的目標是希望很多人看到它，今年有沒有場不重要，大家可以看到說我的存在，這是當初設定的一個目標。(D1-2-4-1)」

E 婚禮樂團：「要讓他知道我們的動向，是不是現在有做到什麼樣的演出，然後還有跟客人的互動。(E1-2-4-1)」

#### 4.2.5 對網路社群經營的未來規劃與遠景？

依照訪談的內容得知目前的婚禮樂團都有慣用社群網站來做為經營，常用的社群網站為 Facebook，其互動性與即時性皆高，並且也可以馬上得知粉絲的關注以及聯絡、洽談婚禮場次的項目。受訪者 A1、B1、C1、D1、E1 皆對婚禮樂團的網路社群經營有工作分擔、想法與未來規劃和遠景。

A 婚禮樂團對網路社群經營的未來規劃與遠景表示侷限在於主婚人多是中、

老年人，他們並不會使用網路，所以要先突破此問題才能夠讓更多人知道婚禮樂團的存在。

這就侷限於剛剛那個問題，所以要先突破那個問題。(A1-2-5-1)

B 婚禮樂團對網路社群經營的未來規劃與遠景認為更新活動動態能讓喜愛婚禮樂團的粉絲更加關注與親近。同時，發表近況動態若能夠分工合作分擔彼此的壓力，也能夠提昇網路社群的經營品質。

B 婚禮樂團：「一般來講，不管是我們的粉絲團或者是我自己，都是我在發文的居多，因為我們今年度有多了玉琪老師跟麗甯老師他們就會多多少少分擔一點我這個文字撰寫的工作。(B1-2-5-1)」

C 婚禮樂團對網路社群經營的未來規劃與遠景以期望預設點閱率提高粉絲與婚禮樂團的互動，並讓粉絲能夠即時的參與最新活動資訊。透過免費網路平台，讓使用者方便經營網路社群。

我們可能定義一萬個讚，然後再來三萬個讚、五萬個讚之類的啦，因為其實粉絲團多的話，它的效益就是說我們有活動的時候，固定的人他就會在我們這邊的場合過來當我們的啦啦隊。(C1-2-5-1)

所以我覺得 FB 也是一個非常好的平台，它提供我們這種不需要任何費用，可以在網路上做一些很特別的事情、功能強大。(C1-2-5-2)」

D 婚禮樂團認為對網路社群的經營首先要多接觸上游廠商以及客戶，再經營網路社群，這樣子效率會比較好。主要是第一先讓大家認識，第二經營網路社群與粉絲保持互動。

我認為我多去接觸一些上游的廠商，讓那些人多了解我、多知道我之後我再去經營網路，因為等到我在外面跑得比較多了，大家知道說 Ray Musician 商務活動樂團存在，那我再去經營一個網路，大家才會去搜尋。(D1-2-4-2)

E 婚禮樂團對網路社群經營的未來規劃與遠景表示定時的更新活動動態、保持與粉絲的互動讓客人能迅速且即時的接收到最新訊息，也能知道婚禮樂團的存在。

讓客人知道我們還有在生存、有一直在做，我們的網站也大概都是趨向這樣子，所以我每一場的部分，我都有幫它做一個整理，就像一個粉絲的管理。(E1-2-5-1)

## 4.3 婚禮樂團與異業聯盟

### 4.3.1 貴團體是否與哪些不同產業進行跨業團體結盟合作？

依訪談中，認識並了解到婚禮樂團與不同產業進行跨業團體結盟合作，如與飯店合作演出、婚禮顧問公司等合作。受訪者 A1、B1、C1、D1、E1 分別講述進行跨業結盟的合作方式與感想。

受訪者 A1：「新秘也是會有，但是效果不大，沒有合作過有洽談過，只是我發現效果不大，因為是完全不同的區塊。除了和音響合作過，有婚禮小物，而且婚禮小物有時候也會幫我們介紹。(A1-3-1-1)」

受訪者 B1：「比方說像是我們跟法國台北，或者是新娘秘書、攝影師、婚禮布置、婚禮紀錄、新年秘書，或者是甚至美容行業、電器行業，電器行業也需要，因為成家立業，你要買一些電器用品嘛。(B1-3-1-1)」

受訪者 C1：「其實我們有跟音樂教室合作，那柚子公園在薄荷島營運的時候，我們有跟他合作過，做一些市集的演出。(C1-3-1-1)」

我們婚禮佈置也是跟他們作交叉，所以說我們覺得音樂這個東西在所有的產業都是可以去做結合的，包括你要辦說明會，包括像最近的選舉，政治人物他們也會有所謂的節目安排。(C1-3-1-2)」

受訪者 D1：「餐廳啊。目前在嘉義的話，如果做活動的話是校園啦，就是他們有固定聖誕晚會，或是系上辦的活動。(D1-3-1-1)」

受訪者 E1：「我有做化妝品、美容的保養品，還有做一個酒的代言，所以我們現在還有在做轉型，就是都有在做，因為樂團已經差不多都是這樣，已經做蠻穩定了，那這個是做另外一個的。(E1-3-1-1)」

受訪者樂團與不同產業進行跨業合作的模式皆有各自的方式，除了能讓婚禮樂團有固定配合的業者，也是希望能夠整合婚禮相關產業以達到全配套婚禮服務，同時有些婚禮樂團在現在的市場上亦期望能夠轉型，不受「婚禮」限制，成為多元發展的一個產業。

#### 4.3.2 運用哪些模式進行跨業合作？

各團體都有各自的人際關係、社會利益等，其運用的資源和模式皆以互相推薦、口碑進行，相關的契約書訂定尚有待討論與加強，這亦是婚禮樂團需考量的問題之一。

曾經有那個外燴的想跟我們合作。(A1-3-2-1)

其實異業聯盟是互相推薦，現在新人的主觀意識也都很強，他也不

見的你推薦的他就喜歡，那當然我們能夠攜手合作像我們做常合作的就是像洪年宏，一位攝影師，然後還有一位高浩鈞，我們這一次的文宣也是他拍的，然後像我們的新娘秘書有法國台北著名的葉老師。那餐廳也有，像最近有一個宴會館要開幕，他也是結合這麼多的資源，在嘉義，然後因為他也是、等於是政商界的名人要主掌的一個場地，在下個禮拜要開幕，那他也是跟我們團隊有一個合作，像他開幕也是我們整個樂團要去演出，然後搭配以後、未來的規劃。(B1-3-2-1)

我覺得還是會跟一些辦桌、跟這一些宴會的從業人員跟他們合作是說可以幫他們做一些介紹，或者是說他們的菜色我們可以幫他們做一些推薦。(C1-3-2-1)

南華大學那邊我是自己去找活動企劃組，我自己去遞名片的啊，然後他有叫我做過簡報。然後其他學校，像吳鳳大學是因為我去修車行那邊有一個小弟認識的，他也唸吳鳳，那他就想說那活動可以找我去做，做一次他們喜歡，那之後就有再配合了。(D1-3-2-1)

但也有些婚禮樂團覺得視市場情況而論，在訪談中可以看出與不同產業進行跨業團體結盟合作並非是每個婚禮樂團必須的一項經營模式。

其實餐廳不好弄，餐廳我們進去的話，你看嘉義他沒有那個市場，之前我都想說跟人家餐廳說多少你就多少然後我們就做樂團，但是餐廳他們不願意花這些成本，所以頂多就是會幫你介紹，然後你自己再去接洽，目前嘉義市這樣，但是北部就沒有，北部我們那邊的話我還有其他的老師他們就接完之後就跟他們收固定的，所以主持人我們就是固定的主持人，你大概一場辦了二十桌，那我們就是做固定配一個主持人給你，所以北部跟中部都有主持這樣子，只有嘉義沒辦法這樣，目前是沒有辦法。(E1-3-2-1)

### 4.3.3 異業聯盟的效益如何？

討論到異業聯盟就要審視其效益執行下來是否對婚禮樂團來說是有幫助的，亦或無。本研究訪談中了解這五位受訪者對於異業聯盟執行後的效益情況是對婚禮樂團有提升的，因為異業聯盟效益讓婚禮樂團的名聲傳播、收入相對的也跟著提升了，但也因聯盟對象而論，有些效果並不大。

受訪者 A1：「效果不大，除了音響，因為據我所知有一些還會跟那個家具業者，還是跟一些什麼合作，可是效果真的不大，所以說沒有什麼效果。(A1-3-3-1)」

婚禮企劃是屬於婚禮企劃，婚紗又是另外一個，所以婚禮企劃是屬於一種經紀人的角色，幫忙你找婚紗、樂手、音響、場地、新祕這種。(A1-3-3-2)」

受訪者 B1：「我覺得它是可行性的。(B1-3-3-1)」

但唯有一個情形就是說異業聯盟，比方說有時候你掌握不到對方想要的東西就沒有辦法做出個口碑，差別在這裡。(B1-3-3-2)」

受訪者 C1：「我覺得基本上就是你只要跟這些異業的人在接觸的時候夠友善的話、發揮親和力的話，其實他們還蠻開心的幫我們做些介紹。(C1-3-3-1)」

受訪者 D1：「我覺得效果還不錯，第一件事情是我跟別的行業會有一個默契在，而且還會有一個大家可以互相信任。(D1-3-3-1)」

受訪者 E1：「我覺得不錯啊，因為相對的老師的收入就穩定了啊，他們就有固定的工作了。(E1-3-3-1)」

## 4.4 婚禮樂團的資源管理

### 4.4.1 演出流程安排的基本理念為何？

婚禮樂團訪談討論主軸在於如何安排演出流程以及其理念，然而對婚禮樂團來說，在婚宴演出的時候僅宴席活動有表演，對於婚宴中搭建舞台、設備等並沒有太多的問題，皆是由新人洽談的婚宴形式安排進行，且在整個結婚流程當中，婚禮樂團是屬於在婚宴進行的部分，所以迎娶、歸寧等習俗程序就沒有婚禮樂團演出，除非在與新人討論時有這方面的需求，才有機會做演出。

婚禮樂團的演出流程比其他類型的表演藝術團體來的簡單些，大致上分為兩類：第一類為行政、第二類為技術表演。行政包含公關、洽談場次、安排流程、選曲、包裝設計、網路宣傳。技術表演包含樂手演奏、桌邊動態演奏。

A 婚禮樂團、B 婚禮樂團、D 婚禮樂團和 E 婚禮樂團表示主要先是與新人們討論和溝通來安排婚宴中的演出流程，再來婚宴當天將訂定好的流程以及曲目透過主持人、樂手來呈現。

受訪者 A1：「主要會跟那些主人家討論說他們喜歡的形式是什麼，然後才會去安排，一般會先給他們看我們演出的影片，如果他們沒有意見的話，就是會照我們幫他們安排，如果他會有一些想法，想要自己的一些東西的話，我們就幫他加入他們想要的元素。(A1-4-1-1)

所以光開始他們的流程就要先跟他們溝通好，之後呢，再來就是曲目，然後或者是在喜宴當中有些新郎新娘會有一些特殊的表演，像他們要唱歌、跳舞、感恩的片段、話語要跟對方說那種，所以要看他們的需求，然後再決定我們安排的歌曲，或者是他們有甚麼定情的歌曲。(A1-4-1-2)」

受訪者 B1：「演出流程安排第一個先把主婚人跟新人他們想要的元素，比方說他們要玩遊戲，有時候我們會給他一個表，可能大概有的東西我們

都有，一般來講，抽捧花，或者是香檳塔、切蛋糕這些就是基本的，像這些，那當新人他們說他們想玩遊戲，他們想要幾個東西，有的新人他們真的會很天馬行空說他們想要什麼、我要什麼什麼這樣子，那我們的團隊會這樣子，欸，你來的賓客大概有幾桌，比方說二十桌，那你敬酒的時間可能十來分鐘、二十分鐘就可以結束了，但是如果你安排八十桌要做這麼多的遊戲，還要逐桌敬酒的話，我們就會建議你說你要考慮一下。(B1-4-1-1)

像流程的安排基本的理念是跟主婚人的溝通，是肯定要溝通的。(B1-4-1-2)」

受訪者 D1：「我們在安排上當然是看他們希望什麼我們盡量給他什麼，這是最基本的理念，他們受到別人滿意，因為我們畢竟是別人請來的，他們滿意我們就成功。(D1-4-1-1)」

受訪者 E1：「我們主要就是第一個你就要有樂團的特色、老師的桌邊演奏秀，那客人的部分你就看他、依照他的需要然後做不一樣的，結婚跟歸寧也有不一樣的方式，所以我們就要有不一樣的安排，然後再來就是你要有特別的主持的風格，那個也是很特別，就每個人的風格不一樣，那也許你講國語台語甚至是有些英文，像外國人他們的風俗習慣不一樣，所以你的特色特點又不一樣，它會有差異。(E1-4-1-1)」

另外，C 婚禮樂團表示先訂有制式的婚宴流程給洽談的新人們做挑選，讓新人們對婚宴流程安排有些概念，並在挑選後做適當的討論修改為新人們需要的婚宴流程。

受訪者 C1：「我們有制式的流程給客戶做挑選，那我們會提供其他的，在制式的之後會提供比較完整的，比如說在某年某月的某一天的新人他們

的橋段，那我們可以讓他去做選擇，因為這些資料我們資料庫裏面都有，那我們就是依照他們的想，那通常百分之八十的客戶他們並不知道該做些什麼，所以說我們就會去幫他做一些定義，就是我們可能會用兩分法看你是要用飯店或是要路邊攤、或是要搭棚子、野棚的 OK，那野台的要怎麼樣去操作、飯店要怎麼樣去操作包括剛剛有說到的上菜秀，那飯店這邊會部會附主持人，如果飯店這邊有附主持人你可能要跟他要求，因為省一個主持人的錢，你不需要再額外請一個主持人，我們就會跟客戶建議說你可以跟飯店要求說”你要送我主持人，或者是你要送我什麼表演節目”，其實現在飯店都非常願意給，現在都有燈光秀了。(C1-4-1-1)

我們在流程的安排上就會依照我們有飯店制式的、我們有野台制式的，或者是在自宅、或者是你需要什麼節目，我們都會提供給他，百分之八十我們都幫他設計好之後、我們先跟他確認好需求之後，我們再幫他設計好，設計好之後我們再跟他討論，因為其實我們的流程非常的細啊。第一個是時間，最主要的是我們會有負責的人，比如說接下來這一個時間是屬於那些工作人員，比如說他在預備要進場的時候，他就是屬於婚禮樂團的主持跟廚房這邊，我們就會去歸類有哪些團隊他們必須負責什麼樣的事情，或者是說他的親友等一下要開桌的時候要鳴炮，那我們型錄上面都會有某一個行程有哪些人會去負責什麼樣的事情，我們都會把它切的非常的細，把工作全部都切分開，然後用類似分鏡的方式，一個時間點有哪些需要做什麼事情全部都分開，那包括婚禮開始之前，我們的暖場歌曲我們會安排這些歌是比較適合暖場的、它是比較慢的、適合讓我們的手指頭活動開來，也讓我們的主持人或者是歌手把喉嚨活動開來，它是屬於慢的、難度比較低的歌，那我們就會選在賓客還沒進來之前，我們就會有所謂的暖場演奏，那暖場演奏要演奏那些歌，在我們的課本第幾頁、在它的調性設計是什麼調，所以說流程規劃的話就是一樣按照客人的需求，那我們會把我們的資料庫開出來然後完整的去配套，包括我們做分鏡的方式，把所有流程都列出來，所以說在規劃上應

該都 OK 啦。(C1-4-1-2)」

婚禮樂團主要是在婚宴中進行表演，所以新人的需求為主要流程安排的目標，達到符合新人的喜好並營造來賓間的歡樂氣氛使婚宴完善的閉幕。

#### 4.4.2 貴團體如何安排、接洽婚禮演出場次與場地?有那些相關考量的因素?

安排、接洽婚禮演出場次與場地，其相關應考量的因素有很多，如預算、時間為午宴或晚宴、地點為戶外流水席或室內活動中心、飯店等諸如此類的相關考量因素。每個婚禮樂團都會有其滿檔的時候，所以提前預約是一種方法或是換另一個婚禮樂團洽談，而地點也是相當重要的考量因素，因為其影響到設備的擺放與安排、交通的問題。然而預算是影響最多的一項因素，包括樂手人數、主持人、音響設備與舞台。

場地應該是他們會自己去安排，然後接洽婚禮演出的場次就會跟優惠的有關係。因為婚禮的場次都是有特定的日子，所以為了不要讓特定的日子強碰在一起的話，我們就會提出那優惠，然後萬一不幸碰在一起的話呢，我們才會拆團。(A1-4-2-1)

一般來講接場我們裡面有兩位，就是一位是我們的麗甯老師、一位是玉琪老師，我現在接場的時間比較少一點。(B1-4-2-1)

主婚人跟新人他們要的是什麼、他們的預算多少，預算就考量到人員的配置。(B1-4-2-2)

場地也是透過跟新人詢問、確定才會知道。(B1-4-2-3)

我們都直接用 Line 的群組，我們是直接把所有的樂手編成一個群組，針對這場婚禮我們會有日期，群組名稱就是婚禮的日期，或者是新郎新娘叫什麼名字，我們都會直接編成群組，針對這個群組我們再去把我們

的歌單、流程等全部都貼進去，那每個人就可以在不同的時間點去打開資料，把資料看過一遍之後再把你有問題的部分丟回來，然後我們再透過 Line 的部分再來討論。(C1-4-2-1)

考量的因素還是以演出的完整性為第一優先，那因為樂器有各有各的屬性，那我們當然是依照我們樂團的一些遊戲規則。(C1-4-2-2)

我們如果說接洽婚禮的話，當然是問客人說”你們場地在哪裡?”(D1-4-2-1)

考量的因素：外場，外場就是所謂外面露天的，什麼狀況不知道，他當天才搭誰知道，也沒辦法是先知道，那真的是很臨時。(D1-4-2-2)

我們會看他是在餐廳、在戶外，那戶外是流水席還是戶外的自助那種高級的又不一樣啦，還是他是做田園式的，所以那個有很多很多的細節，就是要看客人的需要。(E1-4-2-1)

從訪談中可以看出，不論安排、接洽場次、場地以及考量的因素，最主要的還是以新人的需求、想法為主。

#### 4.4.3 貴團體演出的人員是如何招募、訓練，平均年齡層、職業為何?

一個婚禮樂團的組成最重要的是技術演出人員，其招募與訓練以及平均的年齡層、職業皆有各自的方式，以本研究訪談的 A 婚禮樂團、B 婚禮樂團、C 婚禮樂團、D 婚禮樂團、E 婚禮樂團的對象中可以看出這五個團的人員情形。

受訪者 A1：「都是學妹，因為主要是音樂系的，就是以音樂系的學生為主，為什麼呢?因為有音樂底子的會比較好訓練，平均的年齡層大概都二十左右，職業都是學生跟老師。(A1-4-3-1)」

受訪者 B1：「怎麼招募就是我們這個有個人力資源部長。(B1-4-3-1)」

比方說我們的人力資源部的部長他已經去把人招募進來，一定要加入我們的培訓，我們固定每個禮拜團練，而且現在是改到每個禮拜二的晚上，固定每個禮拜的團練，然後每個禮拜要有行政會議，行政會議包括說我們的行程加、減。(B1-4-3-2)

演出者的平均年齡大概都在二十七、二十八，沒有限制什麼年齡。(B1-4-3-3)

平均的職業都是教學，都是音樂老師。(B1-4-3-4)」

受訪者 C1：「有志一同的人很多嘛!那其實之前我們有在斗六固定時間團練啦，那如果你有興趣的話就按照這個指定時間到指定地點來，通常是對演奏有興趣而不是對收入有興趣。我們是用指定的方式、指定的地點團練，只要有同好我們都歡迎。(C1-4-3-1)

其實並沒有限制，就是因材施教，只要是他的音樂性夠強的話，那我們會針對他的特色去做一些調整(C1-4-3-2)

平均年齡大概落在三十歲左右，職業就是固定的工作，比如說星期一到五都是在工作的上班族，六、日比較有空、有自己的時間，而且各行各業都會有機會，那只是我們希望說我們比較歡迎有固定工作的上班族，因為他們的時間上比較好安排，需要的演奏都是在六、日。活動都是在六、日，那一到五就好好的工作、好好的放鬆，這樣子會比較開心啦。(C1-4-3-3)」

受訪者 D1：「我們長期有在配合的一些人，我們時常就是說大家相聚一下，然後大家保持一個不錯的關係，然後大家需要配合、有需要的時候相挺一下，我們不會問多少錢，就是一個默契。(D1-4-3-1)

平均年齡從二十歲到五十歲都有，尤其是那個四、五十歲的都很強。(D1-4-3-2)

他們平均職業有些人有正職的工作，有些人就是專職的職業樂師，

也是有學生。(D1-4-3-3)」

受訪者 E1：「我們原本是我們裡面的音樂教師啦，因為我自己有開一個補習班，音樂教室的音樂老師開始做，現在慢慢的我們分散走的，一個是本科系的、一個是非本科系的、一個是學生的族群。(E1-4-3-1)」

我們都有老師團練。沒有固定每個禮拜，我們要看他的程度，如果他是新人的話我們會有很多時間一定要讓他練習，甚至我們晚上這邊有廟會的表演，那個就是不收錢的，但是我就是要跟他們訓練，那平常他們就有團練，老師就會來跟他們練習，我們幾乎一個禮拜都兩、三次，那舊的團員就不需要了，因為舊的他們已經很熟悉了，給他譜再偶爾會套一下譜，所以我們就分很多不一樣的方式去訓練那些老師。(E1-4-3-1)」

#### 4.4.4 貴團體平日是否有固定練習的場域？

婚禮樂團接場演出曲目都會從樂曲單中挑選，有時會依照新人需求而做調整。為讓婚宴場次能夠順利，主持人與樂手們平日固定的樂曲練習與默契培養是必須的，以達到演出的最佳狀態。從訪談中可以看出這五個婚禮樂團皆有各自專屬的練團室。

受訪者 A1：「有。(A1-4-4-1)」

受訪者 B1：「我們叫樂團天使的總部，就是像平常練習跟一些行政的事都在總部那邊。(B1-4-4-1)」

受訪者 C1：「我們有樂團專屬的練團室，大概有六坪大，什麼樂器都有，我們還有空調設備。(C1-4-4-1)」

受訪者 D1：「如果要練習的話，我練團室在民雄，我有練團室有個小工作室，固定在那邊練。(D1-4-4-1)」

受訪者 E1：「我們這裡還有百合，我們有兩個地方。(E1-4-4-1)」

表 4.5 婚禮樂團團練資訊

婚禮樂團	團練地點	團練時間
彤恩婚禮樂團	雲林縣斗六市彤恩音樂教室	每兩週一次
天使婚禮樂團	嘉義市再耕園	每週一次
JustMarry 婚禮樂團	雲林縣斗六市音樂工作室	每週一次
Ray Musician 商務活動樂團	嘉義縣民雄鄉音樂工作室	接洽活動後，安排時間於 練團室團練
百合婚禮樂團	嘉義市西區音樂教室	每週一次

(資料來源：本研究自行整理製表)

#### 4.4.5 演出者的樂器來源與保養?

樂器是音樂表演者所必須準備的工具之一，有些演出場合或配合的音響設備公司會備有樂器，但婚禮樂團的樂手所使用的樂器與保養的程序因成本考量、習慣不同，所以都是樂手自行準備。

受訪者 A1：「自行準備、自行保養，然後服裝只提供團服。(A1-4-5-1)」

受訪者 B1：「自己要準備，我們樂器都是自備，我們都用不慣別人的樂器，因為像我自己本身有一台三角琴、一台數位鋼琴、一台 910 的 KB，然後我有一把二胡、一把手工的木吉他，我們樂器都是自備，因為我們都是

學音樂，最少都有二十五年了，而且你說，我們都用不慣別人的樂器，你像我們這一把大堤也是四、五十萬，用不慣耶，而且像我們裡面為什麼要有行政主任，我們有行政助理團隊出去比方說像我是彈 KB，我現在很少彈了，我不讓女的老師背 KB，一定要讓男老師或是助理背，但是我們的大提琴這一把他就不讓人家碰。他盡量不讓人家碰，除非這個人很細心，那我們就會怎麼樣去教育，一定要有教育訓練，因為我們的助理都一樣一個帶一個、一個帶一個。(B1-4-5-1)」

受訪者 C1：「樂器和保養都是自己負責。我們練團室是有提供固定的樂器，如果是懶的帶的話可以用練團室的。」

演出的時候又是從價位上來討論了，你要我帶琴可以嘛，那你要給我五百塊，如果你若不給我五百塊的話就自己帶琴來，這個非常好處理，如果你懶的話那就給錢，如果你勤奮的話就多賺一點，我覺得這個還 OK 啦，我覺得這個用價格來直接切比較快，因為你老是自己帶琴，不帶琴的時候我可以幫你準備，所以說我們的樂器就自己保管，然後自己準備，這樣子皆大歡喜、會完整一點。(C1-4-5-1)」

受訪者 D1：「自己帶、自己保養啊!(D1-4-5-1)」

受訪者 E1：「都是老師他們自己要自備，我們只有音響的部分我們自己有，我們自己有購買音響。(E1-4-5-1)」

## 4.5 婚禮樂團活動創新規劃現況

### 4.5.1 創新的演出型態與模式定位的理念？

創新在許多行業中是一個值得令人深思的一道題目，往往有許多業者秉持著一套做法自始至終，但卻因時代變遷、市場變化大而以至於停滯，甚至沒落。不

同的行業有不同的經營做法，但每節環環相扣，總離不開固有的營運法則。本研究訪談的婚禮樂團針對其創新的型態與模式定為理念各有各的看法。

A 婚禮樂團對於創新仍持續尋找符合社會大眾喜愛的新鮮方法，尚未對此有一番創新的想法。

我們應該要怎麼樣賺錢，還有創新轉型。(A1-5-1-1)

B 婚禮樂團對創新一詞表示並不容易有新的概念，畢竟一開始創團以及到目前為止所承接的場次皆主要是對於音樂內容部分調整較為多，所以所做的變化都是以音樂內容去作為創新的方法。

因為我們是以音樂為主，怎麼樣讓我們的音樂更有內容。我覺得比較沒那麼容易，老實講以我們是單純音樂上的部份，我目前最多只能在音樂上做變化，我就是以音樂的內容下去做創新的變化。(B1-5-1-1)

C 婚禮樂團表示很難有創新，如果要做變化的話就會從樂手、樂器去做不一樣的配置表演，以中西樂器做出兩種不同類型的音樂結合，並演奏與原音樂曲目不一樣的風格、味道的特色表演。

創新的話，很難有創新，比較不一樣的是我們樂團會去做歌曲或是在場的樂手會去做一個樂器的調配，接下來我們會走所謂的中西樂合併，我們可能會有中國笛當主奏，那我們其他樂器就是當輔助。(C1-5-1-1)

我們把中國風的樂器可能去結合中國風的曲子，或者是做些跳動的演出，就是把兩種不完全不相同的樂器用我們的風格去把它做合併。(C1-5-1-2)

D 婚禮樂團和 E 婚禮樂團對於創新的看法主要是以客人的接受與需求度為主，

並不會特別著重針對創新這一部分。

第一個前提還是要看客人接不接受，以客人為主，所以不能說我們想要新規畫就新規劃。(D1-5-1-1)

我們要看客人的需要，還有場地。(E1-5-1-1)

從以上的訪談中分析出五個婚禮樂團對於創新並沒有別於其他團且獨樹一幟的特殊創新做法。多是以各自所精通的技術與專業去做變化，如中西樂器不同類型的音樂結合，或是在婚宴中賓客用膳間表演桌邊互動演出等，以此作為異於其他婚禮樂團的特色，且到目前為止多以新人的需求對表演與流程做配套安排為居多。

#### 4.5.2 貴團體的活動創新規劃有哪些？

A 婚禮樂團以宣傳提升聲名度作為創新規劃的概念、想法，但執行所要考量的因素除了包含固定演出外，還需考量到許多因素，如場地、團員的演出配合時間等。

本來我們會找一個每個禮拜固定演出，用這個方式宣傳。(A1-5-2-1)

B 婚禮樂團，從一個樂手演出一項專長樂器，到後來的婚宴配置多以一個樂手演出兩個以上的樂器，其音樂演出風格也因人而異。

我們可能本來一個人只有單演出一個樂器，那到後來我們一個人多演出兩個單個的樂器。(B1-5-2-1)

C 婚禮樂團以尊重原曲為主，讓樂手們能夠先與原曲程度相當，再從中創造出

獨立的音樂風格、變化樂器呈現不同的樂種創作。

我們可以讓任何一個樂器包括國樂或者是西樂，他就會去做獨立的演奏，我們希望就是尊重原曲，能夠跟原曲做到一樣的水準，那我們再來就是去改變它，改變它之後就來換樂器，我們就是用不一樣的樂器來做這一段，然後去產生不同的火花，這就是我們這一團能夠有那個動力的原因。(C1-5-2-1)

D 婚禮樂團和 E 婚禮樂團活動創新規劃的做法是將遊戲安排於婚宴流程中，以此讓婚宴氣氛達到高峰，且也能讓新人與賓客間的互動能更加密集，使婚宴能夠處於熱鬧氛圍。

通常我們在婚宴上面，我們讓客人們，雖然說這是一個很正式的活動，但是我們不會去想說那個活動行不行，那個活動就是算是有一點賭博性質啦！這不太敢做是因為它是賭博的東西，太公開不太好，可是說真的效果還不錯，這是一個我覺得還蠻創新的東西。(D1-5-2-1)

就是每個遊戲啊。遊戲的部分會做不一樣的安排，比如說他的同心燭、蛋糕塔、香檳塔。(E1-5-2-1)

#### 4.5.3 活動創新規劃的執行度與民眾的接受程度？

活動創新規劃多元，且在市場變動的大環境下執行，民眾的接受程度是不容忽視的重要條件之一，A 婚禮樂團表示如果讓大眾都知道婚禮樂團執行上就會比較順利，也因此除了即將籌辦婚宴的新人會主動關注和詢問外，長輩也會更加知曉婚禮樂團的存在與接受近代的婚宴規劃。

如果我們有執行固定演出的話，一定就會跟民眾更親近，民眾就會更接受我們，而且也會消除到前面的問題，就是我們不會只靠網路宣傳，因為目前為止，現在付錢的還是哪一代?爸媽那一代，那爸媽都不知道我們了...。(A1-5-3-1)

B 婚禮樂團以音樂帶入人心、感動他人為中心，固定的團員使樂團的穩定性高出許多，到目前為止活動的接洽、安排、與演出都很順利。

目前我們做得還不錯。(B1-5-3-1)

C 婚禮樂團認為年齡層的不同在執行度和民眾的接受程度互相有關聯的，熟悉的樂器與樂曲是最大的原因，不論是哪個年齡層的人聽到自己熟知的音樂都會對旋律有印象，特別是演奏的樂器如又剛好為喜愛聆聽的種類，那麼接受程度就會跟著提高。

執行度的話，其實我們能夠做到說新的歌、一個陌生的譜可能在兩個小時之內讓大家到所謂的六十分及格的程度，然後我們再慢慢去把分數拉高。(C1-5-3-1)

我觀察到的是年齡層，還有他們比較熟悉的樂器，只要是它們熟悉的樂器來演奏，他們都會覺得很開心。(C1-5-3-2)

D 婚禮樂團和 E 婚禮樂團皆表示活動創新規劃的執行度和民眾的接受程度都相當不錯，使婚宴場合氣氛熱鬧是整個婚宴的重點

我覺得還不錯。(D1-5-3-1)

我覺得很好耶，就是因為我們有這樣子的創新才會變化很多，才會

源源不斷。(E1-5-3-1)

## 4.6 未來發展

### 4.6.1 如何提昇婚禮演出團隊的產業價值?

受訪者 A1 認為 A 婚禮樂團在目前的婚禮演出團隊中品質高，如果能持續維持整體一致性的優勢，在雲嘉地區就會有獨特的特色漸漸達到眾所皆知。

只要堅持就好!因為我們的品質算蠻高的。(A1-6-1-1)

受訪者 B1 認為提昇婚禮演出團隊的產業價值是需要大家去正視的問題，這也讓 B 婚禮樂團堅持的想法。

希望大家去正視這個問題，就是說演出者只要很微薄的演出費，我們並不是很廉價，那有很多人因為沒有辦法找出他自己的定位，所以他就把他自己擺在廉價的上面，很多人都說，阿人家那個才...比方說一樣的東西，人家才兩萬塊，你們就要三萬五，差了一萬五，甚至是一萬塊，但是我想...嗯，他後來聽完他會知道是有差別的，對，那這個差別在哪裡?如果說你薩克斯風吹出來嘰嘰啞啞的叫、破音的、什麼的，然後歌曲好像還是這樣子，那倒不如你就放 CD 就好了，對不對?我常常講說那如果你要便宜的也可以啊，想想你便宜的有花錢，你就餐廳裡面撥放音響就好了啊，也不需要大費周章用 live 的阿，你會想要請張惠妹來，然後聽對嘴的嗎?不想吧!何必要請，那我們不是張惠妹，但是我們努力、用心，我們會用樂器這是我們的強項。這個也是我們堅持要把音樂做好的想法。

(B1-6-1-1)

受訪者 C1 認為婚禮樂團近年來已經成為在婚宴流程中常安排的角色了，未來

的婚宴婚禮樂團已是主流趨勢。對於內部的未來方向期待能夠更加充實自我，並擴大團隊、同步演出。

其實這一個部份在產業鏈上它已經是主流了啦，婚禮演奏在婚禮的演出節目上面已經是主流了，因為走到哪邊大家都希望我的婚禮上面會有一些節目的、是有一些讓人舒服的東西，所以說我覺得它是一個主流，那它未來的趨勢可能就是成數吧!(C1-6-1-1)

我們未來的方向是希望這個市場會是一直成長的，那我們希望我們能夠充實自己，然後我們可以在我們的樂手之間做兩團或者是三團同步做演出，我是覺得未來是這個方向。(C1-6-1-2)

受訪者 D1 認為婚禮樂團這個產業需要有人去統籌才能夠提昇整個婚禮演出團隊的產業價值。

我覺得所謂的一些樂師公會真的要重視這些問題，就是說他們自己講價錢啊，大家不是說亂報就是抱太高，不然就是削價競爭”他那麼高，那我降一點點”結果越降越多、越降越多，一家比一家低。所以說我認為它是需要被重視的，因為它不被重視，大家才胡搞瞎搞，因為沒有人裡它嘛!所以我覺得說它應該被重視才会有它的價值在，大家才會知道說這個樂團的存在是一個價值，要不然大家如果都認為說”不過是一個團，我隨便找幾個人，便宜嘛，有錢賺”隨便亂混就過去啦!我覺得這樣子就失去它的價值了，我認為它需要有人去統籌，它才會去提昇它的一個價值。(D1-6-1-1)

受訪者 E1 則認為因為婚宴時間短、新人預算等因素，導致品質可能會越來越差，提昇婚禮演出團隊的產業價值很困難。

我覺得很難，因為客人要求的不會，他們只有兩、三個小時的時間，然後你要把它拉到那個頻率，因為他要撿便宜，所以現在的質會越來越差，因為他們只要有就好了，所以甚至有一些他們只要音樂就好，因為他們會很講究這個部分才會有可能，不然它還是一樣，它要拉到一定的程度才有可能做到。(E1-6-1-1)

婚禮樂團在意的是如何提昇品質，而並非金錢，但最終不夠預算怎麼安排、變化婚宴流程的內容與生存。

#### 4.6.2 對婚禮樂團未來的發展建議

受訪者 A1 對婚禮樂團未來的發展建議是不要打價格戰，因為價格影響內容呈現的品質，如聘請的樂手、音響設備、婚宴禮物等。然而除了價格外，亦建議婚禮樂團主持人、樂手的熟練度與氣質應大眾喜好並不必太過口語化、油調。

千萬不要打價格戰!一分錢一分貨，真的是一分錢一分貨。(A1-6-2-1)

品質的提升，配合度的問題，而且外面跑的樂手太油，也不是說油不好，就是要氣質。油跟熟練度不一樣喔!就像清新跟生澀也不一樣，有氣質跟拘謹也不一樣。(A1-6-2-2)

受訪者 B1 對婚禮樂團未來的發展建議是以知己知彼為主，了解新人與主婚人的想法、立場去安排、接洽婚宴，並先提昇自我的價值在決定訂定的價格。

它是我們的工作，有時候站在客人的立場去想。(B1-6-2-1)

我們都從頭演到尾，從頭去貼近每一個新人、主婚人的心，我也希望可以大家都用這樣子的提升自己的價值再決定你的價格。(B1-6-2-2)

受訪者 C1 對婚禮樂團未來的發展有四個建議，第一是希望同業提昇演奏實力，第二成立一個婚禮演奏協會讓大家一起規範婚禮樂團，第三是期望尊重智慧財產權以及從事婚禮樂團的人能夠共生，最後建議客戶能夠大眾化的選擇，多點喜歡安排男性樂手演奏，讓各演奏樂手能夠有多一點演出機會。

請同業提昇實力，就是平常多充實一下自己、多聽一些高手演奏的音樂，然後就是不要讓別人的婚禮”二二六六”。(C1-6-2-1)

希望他們可以的話也成立一個婚禮演奏協會，透過協會的力量讓大家來規範，然後大家就按照規範來去開開心的從事這一個行業，我覺得個人是這樣子希望。(C1-6-2-2)

希望大家多尊重智慧產權，然後希望大家能夠共生。(C1-6-2-3)

我希望客戶不要重男輕女好不好，我們男孩子也不錯，雖然不是帥氣品牌，但是基本上也穩重嘛。所以這個大概就是我們的方向，延伸出來大概就是這些。(C1-6-2-4)

受訪者 D1 對婚禮樂團未來的發展建議是可以再多元一點，且同業互相尊重、價錢統一，這樣才能夠讓婚禮樂團不會因為競爭而導致沒落，甚至消失。

我覺得婚禮樂團可以再多元化一點，所謂多元化是說我們不要侷限在今天就是一個樂師、一個琴師、一個主持在那邊唱歌、表演，我覺得第一個，對自己的表演技術提昇之外，我覺得還可以更創新，或是說跟客人的互動可以更多。(D1-6-2-1)

我覺得第一件事情大家學會互相尊重，第二件事情就是我認為價錢的東西需要統一。(D1-6-2-2)

受訪者 E1 對婚禮樂團未來的發展建議是心態與特質很重要，唯有展現與其他婚禮樂團不一樣的特色才能吸引客戶的目光與關注。

因為每個人的價值判斷是不一樣的，所以他有他的特質，那這團有這一團的特質，每一團的特質都不一樣，只有展現不一樣的特色來讓客人去喜歡你。(E1-6-2-1)

在經營模式上面就是在一個團體經營在未來上如果他們要存在的話，我覺得要看他們的心態，我覺得心態很重要，因為他們就是要做才會做嘛。(E1-6-2-2)





## 第五章 結論與建議

本章節依據訪談六個層面所進行的研究結果分析與討論，並從中去發現，提出以下結論與建議。

### 5.1 結論

婚禮樂團在台灣近幾年來逐漸的興起，婚宴的場合中常見婚禮樂團演出為整個婚宴營造出歡愉的氛圍、帶動與賓客的互動，並受到新人與賓客的喜愛。雲林與嘉義地區許多婚宴新人常邀請當地或鄰近的婚禮樂團為婚宴增添歡喜，因此，婚禮樂團逐漸的廣受新人喜愛安排於婚禮宴會，而婚禮樂團市場內部競爭力的分析如表 5.1，各自應思考與改變如何在婚禮產業中得以生存與發展。

表 5.1 雲嘉地區婚禮樂團 SWOT 分析

優勢	劣勢
<ul style="list-style-type: none"><li>● 擁有獨特性的風格</li><li>● 擁有專業演出的樂手</li><li>● 品牌形象</li><li>● 固定的練習場地</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 缺乏行政人員</li><li>● 申請補助不易</li><li>● 缺乏固定的樂手人員</li></ul>
機會	威脅
<ul style="list-style-type: none"><li>● 透過婚宴演出與校園演出，推廣音樂及藝文活動</li><li>● 增加與異業聯盟，提升知名度與競爭優勢</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 經費自籌</li><li>● 婚宴演出樂團越來越多，業績受到影響</li></ul>

(資料來源：本研究整理繪製)

本研究藉由多個案研究並針對婚禮樂團的經營面向再從中整理，瞭解雲林與嘉義地區婚禮樂團的經營模式，並從中分析討論與發現。

## 1. 營運特色的確立

全球有不少的新樂團快速崛起，在此情況之下，婚禮樂團必須要有知名度與獨特性，經營者也要將樂團商品化，倘若沒有資金就沒有辦法提供更資源生存下去，必須透過不斷的婚宴演出，經營者必須找出婚禮樂團的特色並分析其他樂團的差異性，將有助於穩固婚禮樂團的中、長程發展與競爭優勢。

## 2. 行銷宣傳的包裝與利用

婚禮樂團以 4P 來分析行銷策略，並提升市場競爭力。雲嘉地區婚禮樂團除了產品、價格、促銷，目前最佳的行銷方式就是通路部分，將演出的影片透過網站分享，也藉由 Facebook 粉絲團經營做為資訊平台，以及主要還是透過口耳相傳的方式使名聲傳播提升，不論是用什麼樣的行銷方式都是在行銷婚禮樂團特色的最佳方式。

## 3. 資源有效整合與應用

婚禮樂團資源管理主要影響最大的是人員管理，流動的樂手常是婚禮樂團經營者的一大煩惱，從本研究訪談中可得知新人的預算也是影響經營者挑選演出樂手的因素之一，故經營者最需要的是培養一個固定且專職的婚禮樂手，所以如何穩固婚禮樂團的資金將是最根本的問題。

## 4. 婚禮樂團異業聯盟與創新音樂演出模式

隨著近年來婚禮樂團數量不斷的增加，邀請其演出大多為婚禮相關的活動、宴會，如要讓婚禮樂團經營狀況更佳，其對於接洽場次唯有透過宣傳與異業聯盟擴大演出，使更多需要音樂表演的校園、社區、企業等認識婚禮樂團並邀約、聘請活動演出。對於活動流程與音樂創新演出，除與客戶討論外，對安排的流程做點變化，而音樂也可以從樂手、樂器做出不一樣的配置表演，如中西樂器做出兩種不同類型的音樂結合，並演奏不一樣的音樂風格特色的表演，或是發展個人特色，以上都是能為婚禮樂團創造出更多的獨特性。

## 5. 未來發展

從訪談分析中發現，婚禮樂團如樂脫穎而出，必定要創造出更多的獨特性。表演樂手與經營者應該形成互助互利的關係，此技能擁有固定演出的專業團隊，也能提高顧客的注意。未來增加吸引顧客的客製化元素，也能讓顧客的選擇性提高。找出經營者提出降低削價競爭的辦法，如成立協會管理、訂定一個市場標準價格，或是婚禮產業統一起來，建立更良好的合作關係為婚禮樂團確立生存與立足之地。

### 5.2 建議

隨著表演藝術團體與文創法令的通過，許多音樂團體紛紛成立，在台灣，樂團數量已經不容小覷，然而婚禮樂團如何在眾多音樂團體中脫穎而出，將婚宴中許多結婚產業統一起來，減少新人對婚宴安排的煩惱，提昇婚宴的執行效率，同時樂手編制與演出特色化也能讓觀眾喜愛，讓音樂不侷限在任何形式當中。如果以一般產業的經營與行銷策略套用在婚禮樂團，還有很大的發展空間，表演樂手與經營者應該形成互助互利的關係，建立更良好的合作關係為婚禮樂團確立生存與立足之地位。

### 5.3 後續研究之建議

#### 5.3.1 探討婚禮樂團的行銷策略

本研究根據瞭解婚禮樂團的經營模式做分析研究，研究者認為婚禮樂團對於行銷策略上，樂手投入於表演中並不在意怎麼進行有效的包裝與行銷、婚禮樂團對於人員的管理缺少規範與方法，建議後續研究學者可以針對進行消費者訪談來瞭解市場對於婚禮樂團的看法，或是將研究地區擴大做差異研究。

### 5.3.2 探討公部門表演藝術團體的補助計畫

本研究以婚禮樂團經營模式為基礎，以雲林、嘉義地區的婚禮樂團進行深度訪談研究。婚禮樂團是否會因經營婚禮樂團的資金有限、缺少管理概念與接洽的場次不固定而因此解散，而公部門對表演藝術團體的補助計畫是否能保證婚禮樂團有穩固的活動場次。對後續研究建議未來研究學者若有更多資訊與資源，可以進行表演藝術團體的補助相關研究。

婚禮樂團是近幾年婚禮產業中新人常安排使婚宴氛圍熱鬧的特色流程規劃。雲嘉地區婚禮樂團獨特性、客製化、專業度等定位、擁有音樂素養的樂師、特色且客製化的活動流程安排等，這些特色都是為新人營造、增添婚宴的溫馨、愉快感。研究者提出以上研究結論與建議，希冀能確立婚禮樂團能在婚禮產業中生存與立足之地位，並提供雲嘉地區婚禮樂團經營模式作為未來規劃與發展的參考。

## 參考文獻

### 中文參考書目

- 吳思華(1996)。策略九說。台北：臉譜出版。
- 李旭東譯(2003)。Lamb Hair McDaniel 著，行銷學，台北：高立圖書有限公司。
- 邱泯科、陳佳穎、蔡毓智、姜馨彥譯(2004)。Earl Babbie 著，研究方法：基礎論與技巧。台北：新加坡商聖智學習亞洲私人有限公司台灣分公司。
- 威廉·伯恩斯(William J. Byrnes)著，貴雅文、閻蕙群譯(2004)。藝術管理這一行。台北市：五觀藝術管理出版。
- 胡友鳴、馬欣來(2001)。臺灣文化。台北：洪葉文化。
- 陳月娥(1999)。社會研究法(含概要)。台北：千華圖書出版事業有限公司。
- 陳李綢(1996)。個案研究。台北：心理。
- 陳郁翔、蔡淳伊(2006)。喜宴—臺灣餐飲業婚禮宴會飲食文化。中華飲食文化基金會會訊，12(1)，18-26。
- 黃淑玲(2009)。新娘物語。台北：億通智慧。
- 經濟部商業司(2009)。結婚產業研究暨整合拓展計劃。
- 葉重新(2001)。教育研究法。台北：心理出版社。
- 齊力、林本炫(2005)。質性研究方法與資料分析。嘉義：南華教社所。
- 蕭富峰(2006)。行銷學。台北：智高文化事業有限公司。

### 學位論文

- 周幼明(2002)。核心資源與國際化策略對市場進入策略關係之研究—以全球五大唱片集團為實證。中原大學企業管理研究所碩士論文。
- 林巧婷(2009)。以平衡計分卡理論檢視表演藝術團體之經營策略。臺北藝術大學研究所碩士論文。
- 邱文鎮(2001)。策略聯盟類型、關鍵成功因素與競合關係之研究—資源基礎觀點。

- 私立中原大學企業管理研究所碩士論文。
- 施智偉(2013)。婚禮樂團之顧客終身價值研究。大仁科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。
- 徐岳彤(2010)。爵士樂婚禮樂團關鍵成功因素之研究—以高雄市婚禮樂團為例。國立高雄大學高階經營管理碩士在職專班碩士論文。
- 陳裕田(2001)。我國發光二極體產業競爭優勢之研究。國立清華大學工業工程與工程管理學系研究所碩士論文。
- 黃志明(1992)。我國國際策略聯盟盟友選擇準則之研究。國立政治大學企業管理研究所碩士論文。
- 黎斌麗(2012)。文化特色活化地方觀光產業發展之研究—以嘉義縣版頭社區為例。銘傳大學傳播管理學系研究所碩士論文。

## 期刊、雜誌

- 邱憶惠(1999)。個案研究法：質化取向。教育研究，七期：119-112。
- 孫義雄(2007)。深度訪談法與犯罪成因探索。警學叢刊，第三十八卷第三期。頁37-55。
- 萬文隆(2004)。深度訪談在質性研究中的應用。生活科技教育月刊，三十七卷第四期。
- 劉常勇(2006)。創造獲利為新事業設計商業模式，財金資訊，37期，34-38頁。
- 蔡正揚，許政郎(1991)。運用策略聯盟促進技術引進之研究。1991 中華民國科技管理研討會論文集。
- 蔡正揚、許正郎(1991)。互惠協定與策略聯盟之探討—以航太工業為例。產業科技研究發展管理研討會，中國生產力中心。

## 英文參考文獻

- Barney, J.B., Firm. (1991). Resource and Sustained Competitive Advantage. Journal of Management, 17(1):99-120.

- Bass, F.M. (1993). "The Future of Research in Marketing: Marketing Science." Journal of Marketing Research, vol. 30.
- Booms, B.H., Bitner, M.J. (1981 ). Marketing strategies and organization structures for service firms, in Donnelly, J.H., George, W.R. (Eds), Marketing of Services, Conference Proceedings: American Marketing Association, Chicago, IL, pp.47-51 .
- Colbert, F. (2003). Entrepreneurship and leadership in marketing the arts. International Journal of Arts Management, 6(1), pp.30-39.
- Grant, R.M.(1991).The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation. California Management Review, Vol.33, Spring, pp.114-135.
- Hunt, S.D. (1991). Modern Marketing Theory: Critical Issues in the Philosophy of Marketing Science, Cincinnati: SouthWestern Publishing.
- Lauterborn, B., "New Marketing Llitany: Four Ps Passe: C-words Take Over", Advertising age, 1990, 61(41):26.
- McCarthy, E. Jerome (1981). Basic Marketing: A Managerial Approach, 7th ed. Homewood, IL: Richard D. Irwin, Inc.
- McCarthy, E. Jerome (1960). Basic Marketing: A Managerial Approach, Homewood, IL: Richard D. Irwin, Inc.
- Porter, M.E. (1998).Competitive advantage:Creating and sustaining superior performance.New York:Free Press.
- Porter, M.E. and Fuller,M.B. (1986).Competition in Global Industry,Boston MA:Harvaed Business Press,pp.315-334.
- Sirmon, D. G., Hitt, M. A., & Ireland, R. D. (2007). Managing firm resources in dynamic environments to create value: Looking inside the black box. Academy of Management Review, 32(1), 273-292.
- Varadarajan, P. R. (1986). Horizontal cooperative sales promotion: A framework for classification and additional perspective. Journal of Marketing, 50(2), pp.61-73.

Wernerfelt, B.(1984).A Resource-Based View of The Firm.Strategic Management Journal, Vol.5,pp.171-180.

Yin, R.K. (1984). Case Study Research: Design and Methods. Beverly Hills; London. Sage.

## 網路資源

IDC 國際數據資訊(2007)。關於 IDC。檢自：<http://www.idc.com.tw/about/index.jsp>

中華民國文化部(2010)。文化創意產業發展法。檢自：<http://www.moc.gov.tw/law.do?method=find&id=247>

台灣博碩士論文知識加值系統(1997)。論文查詢。檢自：<http://ndltd.ncl.edu.tw/cgi-bin/gs32/gsweb.cgi/ccd=TGLW94/login?jstimes=1&loadingjs=1&userid=guest&oidwebmge&ssoauth=1&cache=1427611700952>

雲林縣政府民政處(2007)。結婚迎娶禮序。檢自：<http://www4.yunlin.gov.tw/civil/home.jsp?mserno=200711280001&serno=200711280007&serno3=200711290002&menudata=CivilMenu&contlink=content/20071129100750.jsp>

## 附錄一 訪談逐字稿

訪談對象編號 A1

訪談日期與時間：103 年 10 月 4 日，下午 15：00~17：00

訪談對象職務：團長

訪談地點：彤恩婚禮樂團

訪問方式：開放式訪談錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
一、品牌經營方面	
<p>4. 成立宗旨與理念</p> <p>A1：<u>成立的宗旨與理念，主要就是因為我們都是學音樂出身的，我們就是要把我們的所學更貼近大眾，因為一般我們學音樂的會演奏音樂都只是侷限在音樂廳、音樂會，然後呢婚禮樂團，以前的婚禮樂團主要就是舞台車那些、歌舞團，然後我們只是把音樂會的那種形式帶出來。</u></p>	<p>主要就是因為我們都是學音樂出身的。</p> <p>(A1-1-1-1)</p> <p>以前的婚禮樂團主要就是舞台車、歌舞團等那些型式，然後我們只是把音樂會的那種形式帶入婚禮中。</p> <p>(A1-1-1-2)</p>
<p>5. 品牌特色如何定位?</p> <p>A1：<u>主要是跟辣妹做區隔，而且我們大部分都是女生、女性的演奏者為主。</u></p> <p>然後品牌的特色定位，<u>我們一開始就是一律穿同一系列的禮服，所以人家一看到穿這種制服就是我們這個團體。</u></p>	<p>主要是跟辣妹做區隔，而且我們大部分都是女生、女性的演奏者為主。</p> <p>(A1-1-2-1)</p> <p>我們一開始就是一律穿同一系列的禮服，所以人家一看到穿這種制服就是我們這個團體。</p> <p>(A1-1-2-2)</p>
<p>6. 經營設計與內容</p> <p>A1：<u>我們是以古典樂團的配置去演奏現</u></p>	<p>我們是以古典樂團的配置去演奏現代流行歌曲。</p>

代流行歌曲。	(A1-1-3-1)
二、行銷策略方面	
<p>6. 貴團體如何訂出價格標準?</p> <p>A1: <u>就依市價，找出市價，因為婚禮樂團演出大概就是人脈、音響嘛對不對，然後人緣跟音響的話，音響他們已經行之多年了，所以音響的市價你就問一些音響的公司就知道了，所以一場大概，如果是本縣市來講不跑外縣市的話，大概都六千到八千，六到八看桌數喔!桌數大概五十桌以內大概就這個價錢。</u>然後呢，如果人緣的話，以前的...就是依以前的那種歌舞團的樂手去算，然後之後呢，平均來講大概三到五千，可是如果單一主持的話就不一定了，有些是五到八千，五到八千是最平常的價錢，光主持不含音響，然後如果是更有名、更知名的會主持一些記者會啊，或者一些發表會那種大概一萬五、一萬六左右一場，<u>可是這樣價錢聽起來是不是很高，可是呢，他們事前的準備要跟主家或者是一些發表會跟主辦單位接洽的東西，他們需要花很長的時間，所以必須說，你看有些一場活動兩三個鐘頭，可是他也兩三個禮拜就準備了。</u></p>	<p>就依市價，找出市價，因為婚禮樂團演出大概就是人緣、音響嘛。然後人脈跟音響的話，音響他們已經行之多年了，所以音響的市價你就問一些音響的公司就知道了，所以一場大概，如果是本縣市來講不跑外縣市的話，大概都六千到八千，六到八看桌數喔!桌數大概五十桌以內大概就這個價錢。</p> <p>(A1-2-1-1)</p> <p>可是這樣價錢聽起來是不是很高，可是呢，他們事前的準備要跟主家或者是一些發表會跟主辦單位接洽的東西，他們需要花很長的時間，所以必須說，你看有些一場活動兩三個鐘頭，可是他也兩三個禮拜就準備了。</p> <p>(A1-2-1-2)</p>
7. 貴團體是否提供優惠活動?對於整	前三個月至前半年，如果預訂成功的話

<p>體收入有何影響與效益?</p> <p>A1：<u>我們的優惠活動之前有提出過前三個月至前半年，如果預訂成功的話就是有打折，那為什麼會這樣子呢?因為好的日子大部分都是那幾天，所以有很多新人都會想說在結婚的前一兩個禮拜再訂就可以了，可是好的樂手大家都搶，而且每一個人的婚禮都是不一樣的嘛，所以算是特製的，所以我們不太可能在短時間之內為你特製出這樣子的符合你的需求。</u></p> <p><u>影響是有，可是會比較穩定，因為會比較早，好安排說你那一天的行程到底要是什麼。</u></p>	<p>就是有打折，那為什麼會這樣子呢?因為好的日子大部分都是那幾天，所以有很多新人都會想說在結婚的前一兩個禮拜再訂就可以了，可是好的樂手大家都搶，而且每一個人的婚禮都是不一樣的嘛，所以算是特製的，所以我們不太可能在短時間之內為你特製出這樣子的符合你的需求。</p> <p>(A1-2-2-1)</p> <p>比較早，好安排說你那一天的行程到底要是什麼。</p> <p>(A1-2-2-2)</p>
<p>8. 宣傳設計形式的主要管道為何?以何種宣傳型式效果最好?</p> <p>A1：<u>我們大部分還是那個網路行銷，不然就是朋友介紹，目前為止還是網路行銷的效果最好，因為他們會直接在上面看到我們的演出的一些影片。</u></p>	<p>大部分還是那個網路行銷，不然就是朋友介紹，目前為止還是網路行銷的效果最好，因為他們會直接在上面看到我們的演出的一些影片。</p> <p>(A1-2-3-1)</p>
<p>9. 網路社群的經營定位與目標?</p> <p>A1：<u>這個跟成立宗旨和品牌定位蠻像的，就是針對網路，只是網路說真的他有一個缺點，一些中老年人不太會，就是主家的家長不太會上網去看，依我們的這個區域，雲嘉地區、雲嘉南地區，所以變成說會來我們這邊看的都是一些</u></p>	<p>網路說真的他有一個缺點，一些中老年人不太會，就是主家的家長不太會上網去看，依我們的這個區域，雲嘉地區、雲嘉南地區，所以變成說會來我們這邊看的都是一些年輕人，可是如果是父母作主的那種比較不會知道我們，所以我們會有一個缺點就是每次我們演出完，</p>

<p>年輕人，可是如果是父母作主的那種比較不會知道我們，所以我們會有一個缺點就是<u>每次我們演出完，他們就會跟我們說為什麼都沒看到我們在廣告。然後我們都會覺得我們已經廣告的很賣力了，他們還會就是說可是還是沒看到你們的廣告，跟我們的問題就於說，那我們要怎麼樣做廣告給那些人知道?因為我們不像賣吃的會每天吃啊，然後就三不五時來試看看，因為不會有人三不五時就結婚試看看，不會這樣子嘛!</u></p>	<p>他們就會跟我們說為什麼都沒看到我們在廣告。 (A1-2-4-1)</p>
<p>10. 對網路社群經營的未來規劃與遠景? A1：<u>這就侷限於剛剛那個問題，所以要先突破那個問題。</u></p>	<p>這就侷限於剛剛那個問題，所以要先突破那個問題。 (A1-2-5-1)</p>
<p>三、異業聯盟方面</p>	
<p>4. 貴團體是否與哪些不同產業進行跨業團體結盟合作? A1：<u>沒有耶，新秘也是會有，但是效果不大，沒有合作過有洽談過，只是我發現效果不大，因為是完全不同的區塊。除了和音響合作過，有婚禮小物，而且婚禮小物有時候也會幫我們介紹。</u></p>	<p>新秘也是會有，但是效果不大，沒有合作過有洽談過，只是我發現效果不大，因為是完全不同的區塊。除了和音響合作過，有婚禮小物，而且婚禮小物有時候也會幫我們介紹。 (A1-3-1-1)</p>
<p>5. 運用哪些模式進行跨業合作? A1：<u>婚禮樂團要跟跨業合作，曾經有那個外燴的想跟我們合作。</u></p>	<p>曾經有那個外燴的想跟我們合作。 (A1-3-2-1)</p>

<p>6. 異業聯盟的效益如何?</p> <p>A1: <u>效果不大，除了音響，因為據我所知有一些還會跟那個家具業者，還是跟一些什麼合作，可是效果真的不大，所以說沒有什麼效果。連跟婚紗業者合作也沒有什麼太大的效果，而婚禮企劃是屬於婚禮企劃，婚紗又是另外一個，所以婚禮企劃是屬於一種經紀人的角色，幫忙你找婚紗、樂手、音響、場地、新祕這種。</u></p>	<p>效果不大，除了音響，因為據我所知有一些還會跟那個家具業者，還是跟一些什麼合作，可是效果真的不大，所以說沒有什麼效果。</p> <p>(A1-3-3-1)</p> <p>婚禮企劃是屬於婚禮企劃，婚紗又是另外一個，所以婚禮企劃是屬於一種經紀人的角色，幫忙你找婚紗、樂手、音響、場地、新祕這種。</p> <p>(A1-3-3-2)</p>
<p>四、資源管理方面</p>	
<p>6. 演出流程安排的基本理念為何?</p> <p>A1: <u>主要會跟那些主人家討論說他們喜歡的形式是什麼，然後才會去安排，一般會先給他們看我們演出的影片，如果他們沒有意見的話，就是會照我們幫他們安排，如果他會有一些想法，想要自己的一些東西的話，我們就幫他加入他們想要的元素，例如有的時候他們從新人進場開始，有些有花童有些沒花童，然後呢，如果沒有花童的，我們可能會用不一樣的方式引領他們進場，然後如果有一些希望樂手引領進場的就幫他們安排。所以光進場就好幾種形式，然後還會有一些希望有交付儀式，有些就不喜歡有交付儀式，然後有些呢喜歡</u></p>	<p>主要會跟那些主人家討論說他們喜歡的形式是什麼，然後才會去安排，一般會先給他們看我們演出的影片，如果他們沒有意見的話，就是會照我們幫他們安排，如果他會有一些想法，想要自己的一些東西的話，我們就幫他加入他們想要的元素。</p> <p>(A1-4-1-1)</p> <p>所以光開始他們的流程就要先跟他們溝通好，之後呢，再來就是曲目，然後或者是在喜宴當中有些新郎新娘會有一些特殊的表演，像他們要唱歌、跳舞、感恩的片段、話語要跟對方說那種，所以要看他們的需求，然後再決定我們安排的歌曲，或者是他們有甚麼定情的歌曲。</p>

<p>上台，就要引領他們上台，然後有些不喜歡上台就這樣默默地進去坐就好了。 所以光開始他們的流程就要先跟他們溝通好，之後呢，再來就是曲目，然後或者是在喜宴當中有些新郎新娘會有一些特殊的表演，像他們要唱歌、跳舞、感恩的片段、話語要跟對方說那種，所以要看他們的需求，然後再決定我們安排的歌曲，或者是他們有甚麼定情的歌曲。</p>	<p>(A1-4-1-2)</p>
<p>7. 貴團體如何安排、接洽婚禮演出場次與場地?有那些相關考量的因素? A1：<u>場地應該是他們會自己去安排，然後接洽婚禮演出的場次就會跟優惠的有關係，因為場次，婚禮的場次都是有特定的日子，所以為了不要讓特定的日子強碰在一起的話，我們就會提出那優惠，然後萬一不幸碰在一起的話呢，我們才會拆團。</u></p>	<p>場地應該是他們會自己去安排，然後接洽婚禮演出的場次就會跟優惠的有關係。因為婚禮的場次都是有特定的日子，所以為了不要讓特定的日子強碰在一起的話，我們就會提出那優惠，然後萬一不幸碰在一起的話呢，我們才會拆團。 (A1-4-2-1)</p>
<p>8. 貴團體演出的人員是如何招募、訓練，平均年齡層、職業為何? A1：<u>都是學妹，因為主要是音樂系的，就是以音樂系的為主，為什麼呢?因為有音樂底子的會比較好訓練，平均的年齡層大概都二十左右，職業都是學生跟老師。</u></p>	<p>都是學妹，因為主要是音樂系的，就是以音樂系的學生為主，為什麼呢?因為有音樂底子的會比較好訓練，平均的年齡層大概都二十左右，職業都是學生跟老師。 (A1-4-3-1)</p>
<p>9. 貴團體平日是否有固定練習的場域? A：<u>有。</u></p>	<p>有。 (A1-4-4-1)</p>

<p>10. 演出者的樂器來源與保養?</p> <p>A1: <u>自行準備、自行保養，然後服裝只提供團服。</u></p>	<p>自行準備、自行保養，然後服裝只提供團服。</p> <p>(A1-4-5-1)</p>
<p>五、活動創新規劃方面</p>	
<p>4. 創新的演出型態與模式定位的理念?</p> <p>A1: <u>應該是說，我們應該要怎麼樣賺錢，還有創新轉型。</u></p>	<p>我們應該要怎麼樣賺錢，還有創新轉型。</p> <p>(A1-5-1-1)</p>
<p>5. 貴團體的活動創新規劃有哪些?</p> <p>A1: <u>本來我們會找一個每個禮拜固定演出，用這個方式宣傳。</u></p>	<p>本來我們會找一個每個禮拜固定演出，用這個方式宣傳。</p> <p>(A1-5-2-1)</p>
<p>6. 活動創新規劃的執行度與民眾的接受程度?</p> <p>A1: <u>現在就卡在我們的執行度，如果有執行固定演出的話，一定就會跟民眾更親近，民眾就會更接受我們，而且也會消除到前面的問題，就是我們不會只靠網路宣傳，因為目前為止，現在付錢的還是哪一代?爸媽那一代，那爸媽都不知道我們了...。而且這個有門市也沒什麼效果，因為我們也開過門市，門市呢...說真的我們婚禮樂團又不像買菜要每天賣，而且現在又是少子化，一個家庭頂多生一個兩個。</u></p>	<p>如果我們有執行固定演出的話，一定就會跟民眾更親近，民眾就會更接受我們，而且也會消除到前面的問題，就是我們不會只靠網路宣傳，因為目前為止，現在付錢的還是哪一代?爸媽那一代，那爸媽都不知道我們了...。</p> <p>(A1-5-3-1)</p>
<p>六、未來發展</p>	
<p>1. 如何提昇婚禮演出團隊的產業價</p>	<p>只要堅持就好!因為我們的品質算蠻高</p>

<p>值?</p> <p>A1：<u>只要堅持就好!因為我們的品質算蠻高的。</u></p>	<p>的。</p> <p>(A1-6-1-1)</p>
<p>2. 對婚禮樂團未來的發展建議</p> <p>A1：<u>千萬不要打價格戰!一分錢一分貨，真的是一分錢一分貨。品質的提升，就是主持人主持的時候職業話的那一套，像那時場婚禮十個主持人都講一樣，職業的主持人都講一樣，而且主持人真的都要有個特色，要有個氣質在。那我們的樂手是覺得沒什麼問題，主要就是在<u>配合度的問題</u>，因為我們的樂手算是固定的樂手，所以會是固定的，不像是湊團的，就是演出前一個禮拜會跟你說曲目啊。而且外面跑的樂手太油，也不是說油不好，就是要氣質。油跟熟練度不一樣喔!就像清新跟生澀也不一樣，有氣質跟拘謹也不一樣。</u></p>	<p>千萬不要打價格戰!一分錢一分貨，真的是一分錢一分貨。</p> <p>(A1-6-2-1)</p> <p>品質的提升，配合度的問題，而且外面跑的樂手太油，也不是說油不好，就是要氣質。油跟熟練度不一樣喔!就像清新跟生澀也不一樣，有氣質跟拘謹也不一樣。</p> <p>(A1-6-2-2)</p>

訪談對象編號 B1

訪談日期與時間：103 年 11 月 05 日，下午 15：30 ~16：30

訪談對象職務：團長

訪談地點：再耕園

訪問方式：開放式訪談錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
一、品牌經營方面	
<p>1. 成立宗旨與理念</p> <p>B1：用音樂感動你我的心。這樣算嗎？</p> <p>哦，宗旨喔。因為我本身是教了二十三年的鋼琴老師，那從教鋼琴跟教歌唱，那再轉站到主持這一塊，那整個婚顧的產業，就是應該從開始是少子化的原因，就是我們從一個小教室的教學，然後跨足到婚宴喜慶宴會的公開的商業場合演出是不太容易的。那因為會勇敢於說現在少子化，然後還有就是國外回來的老師非常的多，那像這個跟我的出生環境、家庭背景，其實是也蠻有關係的，那我想就是在教學方面會有一種感受是現在的孩子不是那麼喜歡彈古典，那怎麼樣把它流行跟古典去做結合引起他們的興趣，但是這樣子的話，嗯...學習，沒有學習古典的孩子其實音樂性上面是不夠紮實的，那再後來是有幾次我是先走入婚禮產業是大概在九十八年左右，那</p>	<p>用音樂感動你我的心。</p> <p>(B1-1-1-1)</p> <p>因為我本身是教了二十三年的鋼琴老師，那從教鋼琴跟教歌唱，那再轉站到主持這一塊，那我也沒想到說它在我日後的兩三年成為了我另外的工作。那其實我們樂團事實上跟別的樂團比較不同的是我們有固定的成員，你可以看我們的成員，而且我們有固定的團練，我們幾乎很少有其他的人。</p> <p>(B1-1-1-2)</p> <p>我成立天使樂團是想要有一個宗旨是說，天使樂團有三心二意，第一心是耐心、第二心是誠心、第三心是同理心，這都是婚禮必須具備的，還有真意跟美意，然後去圓滿每一場屬於不管是新人或者是誰，那都是天使的婚禮。</p> <p>(B1-1-1-3)</p>

是我第一次主持婚禮，九十七、八年吧，我有點忘了，或者是更早，那那一對新人是我爸爸媽媽的朋友的小孩，那其實那時候是希望說看可不可以我爸爸媽媽去幫他們主持，因為我爸爸其實還蠻會講話的，嗯，踏他們那時候有一段時間不是很盛行電話 Call In 的節目嗎？然後他們還受邀去做地方上的電視台的主持人，那但是他叫我媽媽，請我媽媽要主持的時候，我媽媽沒有，說他怎麼有辦法，他就把我因為我是家裡的長女，甚麼事情反正有事弟子服其老，所以我就登上了第一次的舞台，那我也沒想到說它在我日後的兩三年成為了我另外的工作，嗯，我就只是很單純，因為那時候沒有樂團也沒有音樂，在那個當下我只去認識他們的家庭、家族，而且那個時候也沒有現在的什麼婚禮規劃流程表、什麼洽談單的都沒有，那時候就是，欸，喔好，那就新人要進場了，然後就是在那個現場我就趕快，因為我覺得這跟自己的敏銳度有很大的關係，馬上看現場五十桌賓客的情形，那馬上去了解，那有人就會在旁邊說，欸 Wendy 你知道嗎？你今天新郎官跟爸爸媽媽他們是同一天結婚的，然後睽違了二十年，所以今天是爸爸媽媽是二十周年，那我

想，喔，那這是一個點我就，你知道我就頓時之間把新郎跟新郎的爸爸媽媽，就新人跟新人爸媽，然後甚至跟他們即將要結婚的弟弟跟弟媳之類的，然後就把他們全部大概三、四對吧的新人都叫上台，然後就可能那時候就會有一些比方說親吻啦，或者是.....，那大家對於年輕的要輕吻沒有什麼興趣、沒有什麼感覺，但是對老的就會很有感受，那是我第一次主持，然後，很熱鬧、很歡樂。那後來才慢慢地演變到說，我大概在九十九年底，然後我真的轉站到這一個行業，那第一次我是街頭表演，我就去街頭演出，我再實地的去感受跟人很直接地去接觸、去訓練自己，然後再來就是慢慢地跨到，就只有一次的街頭演出就站上舞台了，但是這個就是在我大概求學到後來，我其實有些累積的經驗比方說有擔任班長，然後或者是說有些音樂會啦，都是我在主持，但是音樂會主持就是比較單純，婚禮主持你必須要熟知他們每個人的、雙方主婚人的家庭還有賓客的背景，所以這些是要知道的事情。所以從教音樂，然後走到婚禮這個產業，其實當看到現場的賓客，因為第一次是無心插柳嘛，當看到現場的賓客願意給你投注很欣賞，或者是如雷貫耳

<p>的掌聲，你會覺得很開心，<u>那其實我們樂團事實上跟別的樂團比較不同的是我們有固定的成員，你可以看我們的成員，而且我們有固定的團練，我們幾乎很少有其他人</u>，也就是說如果有一直在關注我們的粉絲團，你應該也知道，你會覺得喔!今天佳信又出來演出了，今天大提琴正妹，然後就會有熟悉的人，那不像有些團體他們是，就是跑單方的是今天有老闆接了 Case，然後他才在找人，所以到後來<u>我成立天使樂團是想要有一個宗旨是說，天使樂團有三心二意，第一心是耐心、第二心是誠心、第三心是同理心，這都是婚禮必須具備的，然後真意跟美意，然後去圓滿每一場屬於不管是新人或者是誰，那都是天使的婚禮。</u></p>	
<p>2. 品牌特色如何定位?  <b>B1:</b> 我們特色喔，一般來講現在樂團，我覺得<u>我們把自己定調在於親和、親和力，因為人家說曲高和寡嘛，所以我們會有在每個演出上面會有古典樂曲、流行樂曲，那甚至有演唱</u>，所以，舉凡不要我們跳鋼管，我們什麼都能做。這是我的，我都用以比較有趣的方式來講啦，因為真的，我們就比較不太適合鋼管秀的演出，嗯，<u>然而像我在訓練主持</u></p>	<p>我們把自己定調在於親和、親和力，因為人家說曲高和寡嘛，所以我們會有在每個演出上面會有古典樂曲、流行樂曲，那甚至有演唱，然而像我在訓練主持人或者是樂團的老師，我也不希望他們在服裝上有太過裸露，或者是亮片太多。  <b>(B1-1-2-1)</b></p>

<p>人或者是樂團的老師，我也不希望他們在服裝上有太過裸露，或者是亮片太多，我比較喜歡有緞面的、有紗質的質感的衣服，那像今年我們的定調是天使，所以我們今年的包括我們的宣傳服，包括我們的演出服幾乎都是白色、鵝黃色為主。</p>	
<p>3. 經營設計與內容</p> <p>B1：呃，讓大眾看到，因為其實我們都是在第一個粉絲團，或者是我自己個人的FB上面我會去分享，在市區、甚至到任何一個地方，看不到任何一塊天使樂團的招牌廣告，我們到目前是完全沒有廣告的，只有FB，或者是說我們做一些公益的演出，那唯獨有一個廣告是廣告車，那是我父親的車子，對，我爸爸有一台，如果有在看我的FB，我爸爸會有一台那個古早味的、賣醬油橄欖油到處去跑，他把我們天使樂團的宣傳照輸出大圖，然後去把它貼在車上，把我們天使載著滿街跑，因為我傾向，我不是做、不是想做所謂的低價位的品牌，因為其實像你看我其實也是練個十來年的音樂，然後我們每一次在處裡每一個故事、每一個新人的故事就是每一個成員都是非常的用心。</p>	<p>因為我傾向不是想做所謂的低價位的品牌。其實像你看我其實也是練個十來年的音樂，然後我們每一次在處理每一個新人的故事，每一個成員都是非常的用心。</p> <p>(B1-1-3-1)</p>

## 二、行銷策略方面

<p>1. 貴團體如何訂出價格標準?</p> <p><u>B: 我們樂團有一定的價位表, 比方說我們有 A 咖的團員、我們有 B 咖的團員、有 C 咖、D 咖的團員, 但是你說 ABCD 怎麼分, A 咖的團員來講就是像我是 A 咖的, 也可以說是我們創團的元老, 大概有五、六位, 那慢慢的會增多, 尤其是大家會看到像今天中、小企業處他們會喜歡我們的小提琴老師, 然後像這樣子, 那或者是中華軟體協會, 或者是像嘉義市電腦公會, 就是他們幾個, 就對我們民鵬老師、對我們的小提琴老師特別的有印象, 對, 那當然會有印象是因為他們的演出方式跟整個舞台魅力讓人家印象深刻, 每一個演出完大家都是非常的賣力, 那你就從衣服就可以看得出來。</u></p>	<p>我們樂團有一定的價位表, 比方說我們有 A 咖的團員、我們有 B 咖的團員、有 C 咖、D 咖的團員。</p> <p>(B-2-1-1)</p>
<p>2. 貴團體是否提供優惠活動?對於整體收入有何影響與效益?</p> <p><u>B1: 優惠活動阿, 到目前我們倒是沒有所謂的什麼優惠活動, 但是我們是以新人他們的需求、專案量身訂做, 當然你說要有低價位的我們也可以幫你安排, 因為裡面的老師每一個人身懷絕技, 一個人就會三樣, 一個人就可以 handle</u></p>	<p>到目前我們倒是沒有所謂的什麼優惠活動, 但是我們是以新人他們的需求、專案量身訂做, 當然你說要有低價位的我們也可以幫你安排, 因為裡面的老師每一個人身懷絕技, 一個人就會三樣, 一個人就可以 handle 五十桌的婚禮場。</p> <p>(B1-2-2-1)</p> <p>我們訂的價位高, 但是我們質量要做得</p>

五十桌的婚禮場，我自己彈、自己唱、自己主持，但是你現在叫我做這樣子的事務我也不想做，我沒有體力，而且我有團隊，那比方說一位老師、演出者平均價位都是六千六或者是八千八左右來講，我一個人如果肩負三個人的工作，那我可能就要三萬多塊，對，那你三萬多塊可以把它分類，幫你安排整個老師那不是很好嗎？

您說收入嗎？第一個就是說，我們比較不會，應該這麼講好了，我們訂的價位高，但是我們質量要做得好，還有質感要做得好，我們的客人也都會要求質感。

基本上我們天使樂團有，今天我沒有帶章程，因為我不太知道你們要訪問什麼。我們天使樂團有分成，第一個執行，再來行政、企劃、音樂，然後還有一個人事，所以我們也是人家說五權憲法，我們天使樂團也是有，執行也是執行總監，那我有一個企劃總監，企劃總監就是我們的民鵬老師，他會五、六項樂器，而且他企畫也寫得非常好，他也在市民管弦樂團擔任長笛手，長笛吹得非常棒。那再來就是我們的音樂總監，這位就是我們的音樂總監，他掌管我們裡面的音樂配置、整個音樂，那他也不

好，還有質感要做得好，我們的客人也都會要求質感。

(B1-2-2-2)

見得每一次都會出場，因為我們有這麼多的蘿蔔頭。那再來就是有一個，這個是人事，我們舉凡缺的人手，比方說我們現在、最近缺很大，可能就是小提琴、大提琴，那他就會找到適合的團員進來培訓一年，然後再上舞台，他就是我們的人事。然後另外有一個行政，因為行政不是演出者，所以行政就沒有在名片裡面，我們就是有一個行政、行政的主任，所以就是比較來講，我們就有劃分這五個。樂團很少會有這樣子的配置，通常都是樂團都是一個老闆然後接了就是配場做，那為了達到...像我們，我們不是說有人就好了，我們一定要有中、低、高音，就像合唱團一樣，比方說像今天如果新人、主婚人他要要求三位樂師加上一位主持人，我們就希望會有中、高音，然後說高音跟低音跟一個 **KB** 這樣子去配置，這是音樂比較專業上面的安排，讓大家聽了我們的音樂會有層次。那以主持人來講，因為主持團隊是我在帶的，我自己本身像這個學期我受聘為嘉南科技大學的，我算是業界的講師，然後我是主講、主持司儀，還有形象管理，因為主持跟司儀其實跟形象就有很大的關係，所以我們裡面就是這樣的分配，但至於說底薪來講，我們企劃總監

有底薪。對，每個有月薪。

企劃總監是有月薪的，那其他的五個包括我，我都說我們是五個股東，那我們五個股東就是我們年終都會分紅，我就會提撥我們的 10% 的利潤，然後是五位股東有的利潤，然後每年我們年中都會，我會讓團員就是抽獎金，我就沒有拿來買禮物。其實這樣子的樂團是比較少有的，因為我想你們也會做一些這樣子的去觀察啦、蒐集資訊，那很多人都跟我說為什麼 Wendy 你要這樣做呢？因為你是老闆阿，然後全部的錢都是收、歸在你身上，其實第一個我也沒那麼多時間，那再來我覺得有付出的人就應該就要有應得的部分，而且你看我爭取天使們，他們都是我的心肝寶貝，你說他們是我的孩子，年紀其實我們差沒多少，頂多差個十來歲，那像我的弟弟妹妹還說得過去，在我的人生的歷練上面，我覺得我需要給他們更多的關懷和關愛，因為像你看到我們這幾個，這個民鵬老師，我們去監獄做關懷的時候，我就跟那些受刑人講，我說你看他五、六項樂器都會，但是他沒有爸爸，他的媽媽要扶養加他大概三、四個兄弟姊妹，媽媽很辛苦，他靠著他自己，他是嘉義大學的雙學位，然後他會五、六項

<p>樂器都是靠他自己，他沒有學壞，他很認真地在他自己人生的崗位上。然後你看像這個我們的人事，我說人力資源部的部長，像他，他的爸爸媽媽不知道洗了多少個碗盤，然後載了多少那種辦桌的椅子，幫他買小提琴、栽培他學小提琴，他現在有將近三百個學生，那我們每個人背後都有這樣子的故事，那我是長女，我的父母親現在還是很辛苦，對阿所以，這個是我們的團隊，我希望我們的團隊是一個有愛的團隊，然後把這個愛散發出去，所以這個是我們的樂團，甚至是說因為也講到費用的部分嘛，我們出團去演出，大家領到的演出費都比一般的來要高。</p>	
<p>3. 宣傳設計形式的主要管道為何?以何種宣傳型式效果最好?</p> <p><b>B1</b>：因為其實我們都是在第一個粉絲團，或者是我自己個人的 <b>FB</b> 上面我會去分享，在市區、甚至到任何一個地方，看不到任何一塊天使樂團的招牌廣告，我們到目前是完全沒有廣告的，只有 <b>FB</b>，或者是說我們做一些公益的演出，那<u>唯獨有一個廣告是廣告車，那是我父親的車子</u>，對，我爸爸有一台，如果有在看我的 <b>FB</b>，我爸爸會有一台那個古早味的、賣醬油橄欖油到處去跑，<u>他把我</u></p>	<p>我們都是在第一個粉絲團，或者是我自己個人的 <b>FB</b> 上面我會去分享。</p> <p><b>(B1-2-3-1)</b></p> <p>那唯獨有一個廣告是廣告車，那是我父親的車子，他把我們天使樂團的宣傳照輸出大圖，然後去把它貼在車上，把我們天使載著滿街跑。</p> <p><b>(B1-2-3-2)</b></p>

<p>們天使樂團的宣傳照輸出大圖，然後去把它貼在車上，把我們天使載著滿街跑，因為我傾向，我不是做、不是想做所謂的低價位的品牌，因為其實像你看我其實也是練個十來年的音樂，然後我們每一次在處裡每一個故事、每一個新人的故事就是每一個成員都是非常的用心。</p>	
<p>4. 網路社群的經營定位與目標? B1：<u>目標跟定位就是，就像我說的，用真心的文字、真性情的文字去感動分享，然後以這樣子的方式跟態度去打動每一個人的心。其實老實說我們有很多的案子都是從 FB 來的，有的人甚至觀察我們很久。</u></p>	<p>用真心的文字、真性情的文字去感動分享，然後以這樣子的方式跟態度去打動每一個人的心。其實老實說我們有很多的案子都是從 FB 來的，有的人甚至觀察我們很久。 (B1-2-4-1)</p>
<p>5. 對網路社群經營的未來規劃與遠景? B1：我想說在未來，所謂的遠景第一個就是我們要成立一個比較完整的教育中心，所謂的完整的教育中心就是說、比方說要訓練主持，像我也受邀講一些課，那比方說這些課是怎麼樣從大的溝通環境推動到小的溝通管理，然後再來就是形象教學，那最主要這個是我在教學，那其實像我們不管是小提琴老師、長笛老師、大提琴老師每一個除了在學校任教以外，那以要在我們的教育中心</p>	<p>一般來講，不管是我們的粉絲團或者是我自己，都是我在發文的居多，因為我們今年度有多了玉琪老師跟麗甯老師他們就會多多少少分擔一點我這個文字撰寫的工作。 (B1-2-5-1)</p>

裡面，那真的是希望把這些愛好音樂的人落實，因為我們在每一次的婚禮，或者是每一次的活動都會推動一個就是感恩，感恩跟分享。所以我們有一個遠景，跟我們也在做了，做第二年了，第一年是做...第一年是五月份在去年的五月份，然後辦音樂會幫盲人協會募款，那今年就是腦麻，那如果說長期有在看我們的活動就可以知道說我們，而且當知道腦麻要蓋房子，那蓋房子不是一朝一夕，也不是一萬兩萬，所以我們就大概也，也有許下一個心願跟承諾，說未來的三、四年裡面，希望可以把孩子的房子可以趕快蓋起來，所以像剛才那幾個是腦麻的小孩跟家長，對，是這樣子。

那在 Facebook 部落格、網路的經營上面，也是有這樣的未來規劃，也是透過這樣子的機會，然後給大家知道。

目前來講，可能...這我比較龜毛啦。我們裡面文筆最好的就是我們的企劃，但是企劃工作就很多，那你知道當一個大媽媽，或者是一個姊姊，就是說哪一個孩子沒有做到的，你就是要接手下來做，所以一般來講，不管是我們的粉絲團或者是我自己，都是我在發文的居多，那其他會有行政主任或者是偶爾企劃總監剛好就是會發一兩封。那我最

<p>近，<u>因為我們今年度有多了比方說像麗甯老師他主持，還有一個玉琪老師他主持，那我們有多了一位薩克斯風手，我們就會有陸陸續續的一些成員，那像玉琪老師跟麗甯老師他們就會多多少少分擔一點我這個文字撰寫的工作。</u></p>	
<p>三、異業聯盟方面</p>	
<p>1. 貴團體是否與哪些不同產業進行跨業團體結盟合作?</p> <p>B1：<u>有，比方說像是我們跟法國台北，或者是新娘秘書、攝影師、婚禮布置，有我們現在講的就是婚禮紀錄嘛、新年秘書啊，或者是甚至美容行業、電器行業，電器行業也需要，因為成家立業，你要買一些電器用品嘛。</u></p>	<p>比方說像是我們跟法國台北，或者是新娘秘書、攝影師、婚禮布置、婚禮紀錄、新年秘書，或者是甚至美容行業、電器行業，電器行業也需要，因為成家立業，你要買一些電器用品嘛。</p> <p>(B1-3-1-1)</p>
<p>2. 運用哪些模式進行跨業合作?</p> <p>B1：<u>我想可能就這也是大家平常經營的人脈啊，就彼此都互相認識嘛，甚至餐廳，那我就會欸我們是不是.....其實異業聯盟是互相推薦，現在新人的主觀意識也都很強，他也不見的你推薦的他就喜歡，那當然我們能夠攜手合作像我們做常合作的<u>就是像洪年宏，一位攝影師，他是嘉義市政府也是指定常御用的，我說他是嘉義市政府御用的攝影師，然後還有一位高浩鈞浩子，我們這一次的文</u></u></p>	<p>我想可能就這也是大家平常經營的人脈啊，就彼此都互相認識嘛，甚至餐廳，其實異業聯盟是互相推薦，現在新人的主觀意識也都很強，他也不見的你推薦的他就喜歡，那當然我們能夠攜手合作像我們做常合作的<u>就是像洪年宏，一位攝影師，然後還有一位高浩鈞，我們這一次的文宣也是他拍的，然後像我們的新娘秘書有法國台北著名的葉老師。那餐廳也有，像最近有一個宴會館要開幕，他也是結合這麼多的資源，在嘉義，</u></p>

<p><u>宣也是他拍的，然後像我們的新娘秘書有法國台北著名的葉老師，有維納斯新娘秘書工作室他在民雄...就有這些等等。那餐廳也有，像最近有一個宴會館要開幕，他也是結合這麼多的資源，在嘉義，然後因為他也是、等於是政商界的名人要主掌的一個場地，在下個禮拜要開幕，那他也是跟我們團隊有一個合作，像他開幕也是我們整個樂團要去演出，然後搭配以後、未來的規劃。</u></p>	<p>然後因為他也是、等於是政商界的名人要主掌的一個場地，在下個禮拜要開幕，那他也是跟我們團隊有一個合作，像他開幕也是我們整個樂團要去演出，然後搭配以後、未來的規劃。</p> <p>(B1-3-2-1)</p>
<p>3. 異業聯盟的效益如何?</p> <p><u>B1：我覺得它是可行性的，但唯有一個情形就是說異業聯盟比方說好，假設有時間團體，時間團體來講好了，那是不是時間團體都能夠不忘初衷、如一的去把你的婚禮當作自己的婚禮，因為人家說馬有失蹄，人也會有一些小出錯，那尤其是婚禮，有時候你掌握不到對方想要的東西就沒有辦法做出個口碑，對，差別在這裡，因為有時候要，不是我端出來的菜就是你應該要喜歡吃，而是我真的要想辦法知道你是要吃鹹的、甜的，而是像我不太愛吃肉、我不太吃鹹、那我不吃辣，就你端的菜都是辣的、鹹的、肉的，我就覺得不好，你再山珍海味我也覺得不好吃。</u></p>	<p>我覺得它是可行性的。</p> <p>(B1-3-3-1)</p> <p>但唯有一個情形就是說異業聯盟，比方說有時候你掌握不到對方想要的東西就沒有辦法做出個口碑，差別在這裡。</p> <p>(B1-3-3-2)</p>

#### 四、資源管理方面

<p>1. 演出流程安排的基本理念為何?</p> <p><b>B1:</b> <u>演出流程安排第一個先把主婚人跟新人他們想要的元素，比方說他們要玩遊戲，有時候我們會給他一個表，可能大概有的東西我們都有，一般來講，抽捧花，或者是香檳塔、切蛋糕這些就是基本的，尤其是耐斯這是最基本的。那是不是有的人會想要做個比方說刮刮樂啦，或者是等等等，還有完那個金錢大富翁的遊戲，像這些，那當新人他們說他們想玩遊戲，他們想要幾個東西，有的新人他們真的會很天馬行空說他們想要什麼、我要什麼什麼這樣子，那我們的團隊會這樣子，欸，你來的賓客大概有幾桌，比方說二十桌，那你敬酒的時間可能十來分鐘、二十分鐘就可以結束了，但是如果你八十桌還要做這麼多的遊戲，而你來要逐桌敬酒的話，我們就會建議你說你要考慮一下。</u></p> <p><u>像流程的安排基本的理念是跟主婚人的溝通，是，肯定要溝通的。</u></p>	<p>演出流程安排第一個先把主婚人跟新人他們想要的元素，比方說他們要玩遊戲，有時候我們會給他一個表，可能大概有的東西我們都有，一般來講，抽捧花，或者是香檳塔、切蛋糕這些就是基本的，像這些，那當新人他們說他們想玩遊戲，他們想要幾個東西，有的新人他們真的會很天馬行空說他們想要什麼、我要什麼什麼這樣子，那我們的團隊會這樣子，欸，你來的賓客大概有幾桌，比方說二十桌，那你敬酒的時間可能十來分鐘、二十分鐘就可以結束了，但是如果你安排八十桌要做這麼多的遊戲，還要逐桌敬酒的話，我們就會建議你說你要考慮一下。</p> <p>(B1-4-1-1)</p> <p>像流程的安排基本的理念是跟主婚人的溝通，這是肯定要溝通的。</p> <p>(B1-4-1-2)</p>
<p>2. 貴團體如何安排、接洽婚禮演出場次與場地?有那些相關考量的因素?</p> <p><b>B1:</b> <u>一般來講接場有，我們裡面有兩位，就是一位是我們的麗甯老師、一位是玉</u></p>	<p>一般來講接場我們裡面有兩位，就是一位是我們的麗甯老師、一位是玉琪老師，我現在接場的時間比較少一點。</p> <p>(B1-4-2-1)</p>

<p>琪老師，我現在接場的時間比較少一點，我比較不...。我們會這樣子安排，就跟前面一樣講<u>主婚人跟新人他們要的是什麼、他們的預算多少，預算就考量到人員的配置</u>，他若只要兩個樂師、一個主持人，那肯定只有一部 <b>KB</b> 跟一個可能長笛或是小提琴，他如果要熱鬧一點當然我們可能會請小提琴，因為小提琴的聲音比較高，而且他也比較好、動作大比較好表現，那我們的樂團可以有這樣子的安排的時候，我們彈 <b>KB</b> 的也會拉小提，吹長笛的也會彈 <b>KB</b>，所以我們就可以玩大風吹的遊戲，那在一點就是說像我們裡面有車子的...我們裡面如果說大概有四到五部車，我會比較喜歡大家同進同出，比方說盡量就是股東開車，對，因為我們...我覺得這樣子出去第一出門安全，一個場次除非他不要樂團，他只要主持人跟一個助理，不然一般都是我們包括工作人員，最少也都要四到五個人演出者加主持人加上助理，我們一定會有一個跟場助理，對，那其實一般的樂團很少會有所謂的跟場助理，那他如果跟我們訂樂團的話，我們的助理就是包含在裡面，但是如果他們只跟我們訂主持人，那我們就要額外加上大約一千六左右的費用再多一個助</p>	<p>主婚人跟新人他們要的是什麼、他們的預算多少，預算就考量到人員的配置。</p> <p>(B1-4-2-2)</p> <p>場地也是透過跟新人詢問、確定才會知道。</p> <p>(B1-4-2-3)</p>
---	--

理，那這個助理就會安排比方說第一次進場的音樂、第二次進場的音樂，他就有的像 DJ，那也是我們主持人跟新娘子之間的橋樑，因為有時候新娘子要換禮服了，很多餐廳他不一定會有知道，像耐斯就有這個部份他們就可以處理的很好新娘子要換禮服了，但有一般可能比較小間的一點的餐廳，他沒有做到這麼細部。那樂團來講這是我的想法，我喜歡優雅一點的過日子，雖然我的生活很急、很緊湊，我的頭腦會不同的在轉，因為我在想下一個工作是什麼，但是我會很希望我的新人、我的樂團的老師大家是很從容、很優雅。

場地也是透過跟新人詢問、確定才會知道，一般來講我們都已經到後面的環節了啦，他們一定會先拍婚紗，婚紗完了以後才會，有的時候他可能會先拍婚紗也不確定日期喔!先拍起來放啊、天氣好的時候趕快去拍啊，你想要拍油麻菜田你就是要什麼季節這樣子，所以第一個先把他們的婚紗先訂掉，玩了之後他們會去看日子，日子看出來之後會就馬上去訂餐廳，那餐廳有時候，比方說他們選定的餐廳那天都客滿了，他也只能換別間，對不對?所以到我們這邊幾乎都是已經知道說他們什麼都已經處理好

<p>了，可能連新祕他們都找好了，現在這個好像是一個趨勢，他們就會知道說我就是要有新祕啊，沒新祕的我們一百場可能只有一、兩場。其實我們家也是這樣子，然後尤其是他們可能刻意、指定一定要我主持，他就會要照我的時間，但是盡量不要這樣子，因為壓力會很大，真的壓力會很大。</p>	
<p>3. 貴團體演出的人員是如何招募、訓練，平均年齡層、職業為何?</p> <p><b>B1:</b> 第一個招募就是說，我們的、全部的大家都是音樂系的強手，那<u>怎麼招募就是我們這個有個人力資源部長</u>，就說了，我們只要缺什麼樂器他就會去物色，有時候他可能看到哪一個學弟，可能當兵退伍了，他會說欸姊，他當兵退伍了耶，你知道他薩克斯風吹得多好! 對，就會很密集訓練這樣，但是我們會有一個這樣子的就是說同一個時間可以出四團，但是不見得同一個時間人家就是會訂我們四團，你理解嗎?假設你要當金字塔的頂端，不是一百個人裡面，一百個人都買 LV 啊，對吧。而且我就說現在我們嘉義市的人想要的品質漸漸的不想要吵，他想要優雅一點，可能有一些還不喜歡我的主持風格，因為他想要一直講那種四句聯的，或者是他要天上</p>	<p>怎麼招募就是我們這個有個人力資源部長。</p> <p><b>(B1-4-3-1)</b> 比方說我們的人力資源部的部長他已經去把人招募進來，一定要加入我們的培訓，我們固定每個禮拜團練，而且現在是改到每個禮拜二的晚上，固定每個禮拜的團練，然後每個禮拜要有行政會議，行政會議包括說我們的行程加、減。</p> <p><b>(B1-4-3-2)</b> 演出者的平均年齡大概都在二十七、二十八，沒有限制什麼年齡。</p> <p><b>(B1-4-3-3)</b> 平均的職業都是教學，都是音樂老師。</p> <p><b>(B1-4-3-4)</b></p>

飛、地上爬、水底走的這些，這些是我  
不會講的，我會講的只是說，今天我們  
這對新人，比方說像那天我主持五十周  
年的金婚，你應該有看到。

對，我怎麼樣去深入山鈦煙火的家庭，那當然原本就是自己的朋友、自己的長輩，所以一路走來你會更有感動，而且他們又是煙火世家，有你們的掌聲讓我們的煙火更加燦爛，那有你們的陪伴讓我們的人生更加精采，其實就我們就會用這樣子的方式、說故事的方式，。所以當人員進來了我們的樂團，比方說我們的人力資源部的部長他已經去把人招募進來，一定要加入我們的培訓，每個禮拜的團練，固定每個禮拜我們的團練，我們有固定，而且現在是改到每個禮拜二的晚上，固定每個禮拜的團練，然後每個禮拜要有行政會議，行政會議包括說我們的行程加、減，有時候人家會突然的趕日期，那加的場我們要趕快去確認，因為像我說的我們的人員都是固定的，我沒有辦法說隨時隨的都可以接場，就像我們十二月二十，我已經將近快推掉將盡快十場了，因為我人員已經不夠了，那我必須要將近要花一年的時間，我才能夠安心的讓這一個人去獨挑大樑，尤其是主持人，所以當我看好

這一個主持人，比方說我欣賞他的口條、他的氣質、他的外在的條件跟他內在的一些涵養，我還是要帶著他，比方說我可能帶著他三個月、半年，帶著他是這樣喔！我一邊主持、一邊丟球給他，帶著他雙主持，這個部分我並不跟新人、主婚人收，這是我要負擔起我的訓練的成本嘛，等到他 OK 了，正式上場的時候，我是要坐在台下看他演出，而我還不能整裝，我最好都不要化妝，因為你就不會有跑上去的衝動、你就要 hold 住，像我一走進會場麥克風是不離身的，那個當下是我的手都要綁起來不能拿麥克風，你懂嗎？因為像一個媽媽看到孩子跌倒了，你會想要趕快去把他扶起來，但是這個時候，我從事二十多年的教育，我學到一個教育的理念是說，我們必須要把孩子就是說放在遠處，但是望遠鏡要拉近，你隨時隨地都知道他在做什麼，但是當他跌到的時候、出錯的時候，我們還是只能用望遠鏡看到他，那你會發現經過三十秒後他自己爬起來了，經過三分鐘他自己解決了，這樣子就會培養孩子承擔、解決事情的能力。

平均年齡如果被我拉下來，那就變成...，撇開我不要算好了，平均年齡演出

者，演出者的平均年齡大概都在二十八，二十七、八。沒有限制什麼年齡，我們現在年紀最輕的是台南藝術大學一年級，那是高一嗎？七年一制的，是高一吧，我們最年輕的是高一是台南藝術大學主修小提琴，而且他是比賽第一名的常勝軍，然後他跟我們裡面另外一個 KB 老師也是雙簧管老師，是已經有搭配十多年的合作經驗，所以我們的團員都是這麼來的，而且一定是一個、幾乎是一個帶一個，學長帶學弟、學姊帶學妹，所以我裡面的，我們裡面像我們最近有慶生嘛，每一個月份的生日有時候我會記得，有時候我們行政主任會提醒我，那我會時時刻刻的去關注，沒有辦法面面俱到啦...說真的，因為孩子太多了，但是現在我覺得有群組的 Line 真的很方便，你發送一個訊息大家都知道，我覺得樂團的向心力是最不容易的，那如果說一個樂團有向心力的話，出去演出這一個婚禮，因為我們是喜慶宴會肯定會很開心，如果一個樂團沒有向心力，那可能你要叫他出去演奏，那種戰爭的場合不是很好。

平均的職業都是教學，都是音樂老師。我裡面包刮我的主持人，像我的主持人有一個他是媽媽了，我希望我的主

<p>持人年紀大一點點，但是年紀大一點點外表看不出來，你看不出來我四十來歲了吧，我自己都會講，我自己都會講說我教了二十三年的鋼琴結果我今年十八歲，所以我覺得大家在外在的形象、裝扮要有得宜，不要說很華麗，但是要很得宜的穿出自己的味道、乾淨俐落，那主持人的平均年紀我也會希望大概在三十二歲，甚至到四十，因為主持人不是主持 Party，主持 Party 沒有關係，Party 你越年輕越好、會 high 就好，但是婚禮不一樣喔，婚禮不是只有新人好就好，因為你婚禮幾乎都是爸爸媽媽的賓客，除非這一場是定調在新人的 Party，比方說可能婚禮的前一天有脫離、告別單身之夜。</p>	
<p>4. 貴團體平日是否有固定練習的場域? B1：<u>有，我們叫樂團天使的總部，就是像平常練習跟一些行政的事都在總部那邊。</u></p>	<p>我們叫樂團天使的總部，就是像平常練習跟一些行政的事都在總部那邊。 (B1-4-4-1)</p>
<p>5. 演出者的樂器來源與保養? B1：<u>自己要準備，因為像我自己本身有一台三角琴、一台數位鋼琴、一台 910 的 KB，然後我有一把二胡、一把手工的木吉他，我們樂器都是自備，因為我們都是學音樂，最少都有二十五年了，而且你說，我們都用不慣別人的樂器，你</u></p>	<p>自己要準備，我們樂器都是自備，我們都用不慣別人的樂器，因為像我自己本身有一台三角琴、一台數位鋼琴、一台 910 的 KB，然後我有一把二胡、一把手工的木吉他，我們樂器都是自備，因為我們都是學音樂，最少都有二十五年了，而且你說，我們都用不慣別人的樂</p>

<p>像我們這一把大堤也是四、五十萬，用不慣耶，而且像我們裡面為什麼要有行政主任，我們有行政助理團隊出去比方說像我是彈 KB，我現在很少彈了，我不讓女的老師背 KB，一定要讓男老師或是助理背，但是我們的大提琴這一把他就不讓人家碰。他盡量不讓人家碰，除非這個人很細心，那我們就會怎麼樣去教育，一定要有教育訓練，因為我們的助理都一樣一個帶一個、一個帶一個。</p>	<p>器，你像我們這一把大堤也是四、五十萬，用不慣耶，而且像我們裡面為什麼要有行政主任，我們有行政助理團隊出去比方說像我是彈 KB，我現在很少彈了，我不讓女的老師背 KB，一定要讓男老師或是助理背，但是我們的大提琴這一把他就不讓人家碰。他盡量不讓人家碰，除非這個人很細心，那我們就會怎麼樣去教育，一定要有教育訓練，因為我們的助理都一樣一個帶一個、一個帶一個。</p> <p>(B1-4-5-1)</p>
<p>五、活動創新規劃方面</p>	
<p>1. 創新的演出型態與模式定位的理念?</p> <p>B1：創新的演出形態跟模式就好像...，因為我們是以音樂為主，怎麼樣讓我們的音樂更有內容，怎麼樣讓我們可以玩音樂上的大風吹，比方說我主持我就去彈 KB，彈 KB 的人去吹長笛，然後再輪過一圈回來小提琴再彈鋼琴，這是我們玩的活動之一，那再來另外一個就是說，我們會配合比方說變臉的、配合變魔術的，或者是舞蹈等等的這樣。</p> <p>我覺得比較沒那麼容易，老實講以我們是單純音樂上的部份，我目前最多</p>	<p>因為我們是以音樂為主，怎麼樣讓我們的音樂更有內容。我覺得比較沒那麼容易，老實講以我們是單純音樂上的部份，我目前最多只能在音樂上做變化，我就是以音樂的內容下去做創新的變化。</p> <p>(B1-5-1-1)</p>

<p>只能在音樂上做變化，因為我們沒有那種比方說，因為我不打美女牌，我打真的是帥哥牌的，那再來就是說，我們也沒有什麼吞劍的也沒有，但是我們可以把你想要聽的，或者是可以引起大家音樂上的共鳴的推出來，我們而且大家都沒有學過舞蹈，我還有在練瑜珈跟舞蹈，但是不適合我來跳啊，所以這個目前是我想開發但是不容易，因為我不可能把我主打的老師放掉，我覺得現在有很多新的辣妹的妹妹，或者是新生代，他可能可以一邊拉小提琴、一編下腰、一邊跳舞、一邊幹麻等等，但是，當我這些的團員沒有辦法做出來的時候，應該這麼講，我會去保障我原本有的團員。嗯，<u>我就是以音樂的內容下去做創新的變化。</u></p>	
<p>2. 貴團體的活動創新規劃有哪些? B1：<u>就好像我剛才說的，我們可能本來一個人只有單演出一個樂器，那到後來我們一個人多演出兩個單個的樂器</u>，然後甚至是說，我們會小提琴的也要會唱歌，嗯，以這樣的方式或是說一邊拉琴一邊唱歌。</p>	<p>我們可能本來一個人只有單演出一個樂器，那到後來我們一個人多演出兩個單個的樂器。 (B1-5-2-1)</p>
<p>3. 活動創新規劃的執行度與民眾的接受程度? B1：<u>目前我們做得還不錯</u>，我覺得因為</p>	<p>目前我們做得還不錯。 (B1-5-3-1)</p>

<p>我們團隊他們讓我覺得很光榮，有這一群孩子們我覺得很榮幸。</p>	
<p>六、未來發展</p>	
<p>1. 如何提昇婚禮演出團隊的產業價值?</p> <p><u>B1：當然就是說，我會想要就是、我會非常希望大家去正視這個問題，就是說演出者只要很微薄的演出費，我們並不是很廉價，那有很多人因為沒有辦法找出他自己的定位，所以他就把他自己擺在廉價的上面，很多人都說，阿人家那個才...比方說一樣的東西，人家才兩萬塊，你們就要三萬五，差了一萬五，甚至是一萬塊，但是我想...嗯，他後來聽完他會知道是有差別的，對，那這個差別在哪裡?如果說你薩克斯風吹出來嘰嘰啞啞的叫、破音的、什麼的，然後歌曲好像還是這樣子，那倒不如你就放 CD 就好了，對不對?我常常講說那如果你要便宜的也可以啊，想想你便宜的有花錢，你就餐廳裡面撥放音響就好了啊，也不需要大費周章用 live 的阿，你會想要請張惠妹來，然後聽對嘴的嗎?不想吧!何必要請，那我們不是張惠妹，但是我們努力、用心，我們會用樂器這是我們的強項。那當然我們沒有所謂的什麼</u></p>	<p>希望大家去正視這個問題，就是說演出者只要很微薄的演出費，我們並不是很廉價，那有很多人因為沒有辦法找出他自己的定位，所以他就把他自己擺在廉價的上面，很多人都說，阿人家那個才...比方說一樣的東西，人家才兩萬塊，你們就要三萬五，差了一萬五，甚至是一萬塊，但是我想...嗯，他後來聽完他會知道是有差別的，對，那這個差別在哪裡?如果說你薩克斯風吹出來嘰嘰啞啞的叫、破音的、什麼的，然後歌曲好像還是這樣子，那倒不如你就放 CD 就好了，對不對?我常常講說那如果你要便宜的也可以啊，想想你便宜的有花錢，你就餐廳裡面撥放音響就好了啊，也不需要大費周章用 live 的阿，你會想要請張惠妹來，然後聽對嘴的嗎?不想吧!何必要請，那我們不是張惠妹，但是我們努力、用心，我們會用樂器這是我們的強項。這個也是我們堅持要把音樂做好的想法。</p> <p>(B1-6-1-1)</p>

<p>很有趣的裝扮啊，或者是我們就喜歡... 應該這麼講，張正傑，有一個大提琴叫張正傑，他把音樂廳搬到太魯閣山腳、山下，國家公園太魯閣，他就是依山傍水的那個場景，他根本不用做一個甚麼背板，你會覺得好美喔，這種感覺有過，就是在神木婚禮的時候，我在演唱的時候看上去是神木，然後你知道一道曙光那個陽光透下來，然後透過那個神木下來的那個光芒，你會發現那個靈性很美，但是我想請問就是說，當在那個地方的時候，結果你聽到那唱歌的人是破音的，或者是聽到那個五音...當然不可能五音不全啦，只是很流氣的，或者是他的大提琴、小提琴都...你還會覺得它很靈性嗎?我會覺得很詭異，當然這是一個話裡面的場景，只是說<u>這個也是我們堅持要把音樂做好的想法。</u></p>	
<p>2. 對婚禮樂團未來的發展建議 B1：建議喔，就像我說的，我希望大家因為婚禮我們也許是它，<u>它是我們的工作，有時候站在客人的立場去想</u>，如果今天你是新娘子，你會希望來做的是把它當作是工作嗎?不希望吧!對，我們去演出婚禮我們不會覺得那是工作，其實老實講我前兩天，甚至是從九月份到現在，七、八、九、十到現在十一月這半</p>	<p>它是我們的工作，有時候站在客人的立場去想。 (B1-6-2-1) 我們都從頭演到尾，從頭去貼近每一個新人、主婚人的心，我也希望可以大家都用這樣子的提升自己的價值再決定你的價格。 (B1-6-2-2)</p>

年，快半年的時間我幾乎到了有點疲累的狀態，因為你看喔講話，為什麼後來我盡量不接 case，就盡量不出去接 case，因為接 case 要講很多話，上台主持也是要講話、唱歌要講話，而且像我們的主持人跟我們樂團的老師在每一次的演出，不是說每一首放音樂喔!我們都從頭演到尾，從頭去貼近每一個新人、主婚人的心，我也希望可以大家都用這樣子的提升自己的價值再決定你的價格。

所以我們盡量、我們很努力的再提升自己的價值，包刮外在的形象跟內在的內涵，有時候像我會去看 FB、我會去看我們每一個團員有沒有正面能量的思維，那甚至是它的文，我說你看一個人的文筆跟它寫出來的文字，沒有文筆人家心是善良的啊，對啊，就好像內心善良我覺得的我很肯定這一群天使，跳出來我不是天使的領導，這一群天使，你看我們哪裡有困難、真的有困難?像腦麻我們全部大家都沒有拿演出費，而且我們還掏錢出來拍一部片子，為的就是趕快讓腦麻有一個家園。這樣子有回答道你的問題嗎?

訪談對象編號 C1

訪談日期與時間：103 年 11 月 05 日，晚上 19：00 ~20：30

訪談對象職務：團長

訪談地點：窩斗六咖啡廳

訪問方式：開放式訪談錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
一、品牌經營方面	
<p>1. 成立宗旨與理念</p> <p>C1：成立的宗旨跟理念喔，很簡單啊，<u>其實一開始只是單純的在玩音樂吧</u>。那後來... <u>因為我們的團名既然叫做 JustMarry</u>，那我們的宗旨就是因為非常<u>喜歡這種很特殊的這種場合</u>，對，因為新人，講真的因為一輩子一次啦，就是去跟他們分享這樣子的喜悅，其實最主要的目的是我們會有一個舞台，比如說如果你在路邊演奏、街頭演奏的話，那來的觀眾的年齡層不是那麼固定，然後他們的目的性跟想聽的東西可能不是那麼一定，可是在婚禮場合中，我們就可以縮到很小的範圍，所以我覺得如果玩音樂的話，應該是先從所謂的婚禮場、婚禮演奏開始，因為它方向很固定，然後觀眾坐在一邊還不能跑，他們必須坐在那邊聽，然後可能用一種比較舒服、抒情的方式，因為也不可能上去做 rock</p>	<p>其實一開始只是單純的在玩音樂吧。因為我們的團名既然叫做 JustMarry，那我們的宗旨就是因為非常喜歡這種很特殊的這種場合。</p> <p>(C1-1-1-1)</p>

<p>嘛!因為下面吃飯的人會受不了，所以說可能是從用這個方式是由輕柔，然後由慢、然後由這種慢板的東西開始做一些完整性的演奏，讓來的賓客覺得是舒服的、開心的，說一句定位是在幫他們吃東西，而不是擾亂他們，所以說有時候會遇到比較吵的，我們也會受不了，那我們會希望說讓客人最好是不要感覺到我們從在啦，因為我們只是一種附加的服務，主角並不是樂團，主角是新人，所以說這樣的角色的話，我們進可攻、退可守，所以我覺得婚宴的話我們需要一個舞台，因為你玩音樂如果沒有一個舞台、沒有一個目標的話就沒有節目，那因為有了舞台之後，你就會很緊張的去做準備。</p>	
<p>2. 品牌特色如何定位?  C1: 其實婚禮樂團的話，怎麼去定位喔，因為我們的團名就叫 <b>JustMarry</b>，那很簡單，翻成中文就是結婚吧!對，那我們當然就是說<u>品牌定位就是為了婚禮而存在</u>嘛，所以說我們可能就是在做街頭藝人的時候可能在改名子之類的啊，所以說我們定義的團名就是鎖定在婚禮演奏，所以應該就是很直接吧。</p> <p>在這個現代資訊時代的話，可能在雲林縣這個封閉的市場可能就在這個資</p>	<p>品牌定位就是為了婚禮而存在。  (C1-1-2-1)</p>

訊的時代我們走所謂的網路啦，那麼網路的話，我們目前就只有在 FB 上面有一些粉絲團，那如果是真的要比如說架自己的網頁，或者是說再去做一些留言板之類的，可能目前是不考慮啦，目前就是 FB 讓粉絲去連結，因為雲林是屬於比較封閉傳統，所以其實是透過從介紹的方式，就是像客人他可能...我們第一次服務的客人他可能再來有一些朋友他覺得不錯，他就直接用這種口碑的方式，因為我們也不希望量太大，因為我們自己本身也都有工作，所以我們是希望把這個興趣跟所謂額外的收入結合，而不是要把它當成是一個好像一定要每個禮拜都要有場子，這樣子一直做、一直做那樣太恐怖啦，所以我們希望我們的節奏、步調就是慢慢來、慢慢來，所以說重質而不重量，然後我們會把我們的價位再設定上，我們的定價策略在設定上我們的價位就會比較屬於中、高一點，而不是說隨便啦反正我們多少錢都好，不是啦，而是說我們已經有收入的，那這個東西我們只是當成是我們的額外收入，我們也希望客人會滿意，所以我們的訂價策略上我們並不採取廉價，而反而是走質的方式，就是我一定會把這東西做的很好，那相對的價位可能就會往

上，就可能跟台中是同步的，不然在雲林我們知道的三人團的友人一萬二、一萬五的就在接了，早期，我發現他們可能有就好，對他們來講反正是多的，可是後來我們發現說你這樣子對我們來講的話第一個你沒有賺到錢，第二個馬沒有草就不會跑，所以我們希望是說，在一個不要再去作所謂的價格競爭上面的話，來選擇我們的話，相信我們做出來的品質他們就會比較滿意，因為我們不希望做低價，也不希望去犧牲某些部分。比如說，我們會跟台中做策略聯盟，其實我們現在資訊非常發達，我的那個line裡面的群組，我們到台中、到苗栗、到台南、高雄其實我們樂手都有做連結的，所以其實他們在叫場子的時候就大概是什麼樣的、需要多少人、什麼樣的團體、多少錢，其實我們第一時間都會知道，因為都有 team 在合作，因為我本身做音響出租，他們也會跟我租音響，所以我的音響也包刮會跑到高雄、跑到墾丁去，像我再來十二月就有一場在墾丁，然後像上禮拜剛忙完鹿港的、高雄的、台南的，就跑來跑去，那因為現在已經有 line 了，所以說連結之後，我們希望我們的價位跟他們差不多，而不是說像傳統的一些他們在經營的一萬二、

<p>一萬五就 OK,所以我們的策略就會定的比較中、高,不是最高!因為我們的實力還沒有到,我們希望做質就好。</p>	
<p>3. 經營設計與內容</p> <p>C1: 經營設計的話, <u>我們有自己的專屬 logo, 包括我們有我們的團服、我們的標準演出的衣服, 演出服、團服</u>, 然後 <u>我們的 logo 有五個</u>嘛, OK, 我們的 logo 一開始的設計有五個, 那為什麼會有五個呢? 因為我們有中西方的, 有一些... 創意公司他設計好之後我們請人包裝, 所以他設計好之後給我們挑就是說這五個都不錯那你喜歡哪個, 那<u>因為我們團員大家都覺得這個也不錯、那個也不錯</u>, <u>所以我們就把這幾個 logo, 因為反正它上面都有秀出 JustMarry 嘛, 所以我們把這五個 logo 全部都收入</u>, 那比如說你這個團員你喜歡穿你的 logo 是哪一個的話, 我們的團服上面就會印你專屬的 logo。所以其實說我們在幫妝設計上, 就是我們都請一些做一些平面設計的、一些廠商來幫我們設計, 包括名片、包括我們的 logo、包括我們的一些相對應的東西、我們的背景圖... 其實什麼都有, 像看板什麼都有, <u>就是整個系列都包裝。</u></p>	<p>我們有自己的專屬 logo, 包括我們有我們的團服、我們的標準演出的衣服, 演出服、團服。</p> <p>(C1-1-3-1)</p> <p>我們的 logo 有五個, 因為我們團員大家都覺得這個也不錯、那個也不錯, 反正它上面都有秀出 JustMarry 嘛, 所以我們把這五個 logo 全部都收入就是整個系列都包裝。</p> <p>(C1-1-3-2)</p>
<p>二、行銷策略方面</p>	

<p>1. 貴團體如何訂出價格標準?</p> <p>C1: <u>我們的價格標準直接參照</u>，比如說台中的樂師、樂手老師他們的價位，那因為樂手老師又有分成老派的跟年輕那一派的，所以其實說他現在是有一個很大的落差，你去現場看到你會發現這場樂手可能都是年輕人，或者是這場樂手都是年紀比較大一點的，那他們的定價策略其實在我的觀察的話，如果是年紀比較大的話，他們的酬勞、酬庸大概在雲林縣的話，大概是在四千塊到六千塊不等，那比較年輕的話，在雲林縣的話目前定價大概是在三千塊到五千塊這個範圍，那當然是看你的實力到哪邊。那我們也會請台中的老師來支援，所以我覺得還是以我們的基本價位來定的話，我們的定價的話可能是每一個人員，就是標準的樂手定價就是訂三千塊，那像<b>KB</b>這種比較需要特殊的器材，因為他要帶一個<b>KB</b>，那我們就是額外加五百到一千塊，那像鼓手也是會另外再加錢，比方說我們定價像那種長笛攜帶型樂器，我們就是定價、價格的話可能就是三千塊，那如果他有特有的一些需求，比如說像我們有很特殊的樂器像雙簧管，那雙簧管的話它本身的樂器單價就非常高，而且根本在台灣沒有雙簧管的樂手</p>	<p>我們的價格標準直接參照。</p> <p>(C1-2-1-1)</p>
--	---------------------------------------

在做演奏，非常少、稀有度非常少，那有一些剛好客人他可能就是有朋友，或者有他的一些可能他的姪女剛好有學到這個樂器，那他希望看到這個樂器，那我就只好特別去請會這個樂器的人，所以就依照我們主人家的要求再去定基本價錢之外，在加這一些特殊需求來去包裝，那我們也有幫一些之前有一個崙背，那對夫妻還蠻好的，就是他有上電視，結果那一個女主角就是新人他要求他要打鼓，然後新郎他要當主唱，我就說 OK，那我就專門幫他做包裝，我們包括連爵士鼓都到現場去幫他組裝，那，那一場的價位就會比較高一點，所以說定時定價策略就是以標準的樂手價錢，再去按照我們的主人家的需求再去調整，變成是量身打造的，所以並沒有一個固定的價錢，就是完全依照你們的、你的需求，那我們來幫你達到這個需求，那你需要的標準，比如說他需要主持人，可能要又會台語、又會英語、又可以帶動氣氛、又會到台下去，然後又要長的標緻，那當然這樣子的需求，有這一種樂手是有啊!OK，那可能就是貴一點嘛，台中調過來五千或六千嘛，那雲林這邊的話可能最少就是四千五到五千塊，所以就變成是依照主人家的要

求，那有一些主人家就是，對啊，我就只要能夠介紹，就是有點類似司儀，他可以控制我們的婚禮流程，他在該講話的時候講話，他在不該講話的時候我們就聽音樂，OK 他這樣子我們就可以請一些朋友，比較有台風的或是可能他是美語老師請他們來接，那價位就好商量了，他也不用唱歌。對，所以說其實定價策略的話，我們用包裝的方式就是一個基本的價錢再依照客戶的需求，我們再去跟他聊一下他的需求，那其實客人他們都能夠接受，因為他的需求到什麼程度，我們就很客氣的跟他解釋說為什麼會比較貴，讓他能夠體認，不然就是不要選貴的、選便宜的，會完全按照他去調整啦，所以基本價位就是基本價位再加他的需求去調整讓他能夠接受，前面這個溝通很重要，因為我們可以把一些演出的過程跟花絮讓他們去看，然後包括我們也給他們歌單，請他們來挑選歌單，那我們都幫他安排好之後，就是有可人特別想聽某些歌，比方說他想聽日文的老歌，他可能需要指定什麼歌，或者是古典的歌曲，那我們可以針對他的需求，因為其實只要他設定好歌曲，那我們來練習的話還夠時間，不管他設定什麼歌，其實他只要給我們兩、三個

<p>禮拜的時間，我們把它練起來就解決了，所以很簡單啦，就是練歌只要有目標，練習的話就會很簡單，因為你沒有目標根本就是亂槍打鳥、不知道怎麼練習起，所以說策略的話就是依照客戶的需求去量身打造，這樣子會比較完整啦。</p>	
<p>2. 貴團體是否提供優惠活動?對於整體收入有何影響與效益?</p> <p>C1: 呃...週年慶...，<u>我們會送婚禮小物。</u>效益喔，<u>當然是希望讓客人覺得我們的誠意、感受到誠意啦</u>，因為有時候誠意這個東西，它不一定需要非常值錢、精美的東西，因為價格跟價值畢竟是兩件事情，主要是一個感覺啦，因為覺得我們雲林這個市場、中南部的鄉親其實是比較注重人情味啦。那我們有時候會去做一個設定，那包括比如說我自己是音響，我自己有出租音響，那如果你用我們的音響，那你的選擇、你的樂器選擇上可能並沒有薩克斯風，那因為我本身也是有在做薩克斯風演出，既然你沒有特別選擇薩克斯風，那如果我又是在這邊做音響的話，我就會跟主人家講說就是我會看現場的情況，然後到時候我會把樂器帶著就是給你們一個比較不一樣的感受，因為一樣樂器演奏久了可能就是會聽膩了，那我會就是讓樂器進去做</p>	<p>我們會送婚禮小物。 (C1-2-2-1)</p> <p>當然是希望讓客人覺得我們的誠意、感受到誠意啦。 (C1-2-2-2)</p>

<p>交叉，我們的團員都是會兩到三種樂器，所以我們希望讓它整個婚禮的氣氛，因為很多客人他來，像現在的婚禮他一定要薩克斯風，可能他會覺得說這一場婚禮有樂團可是卻沒有薩克斯風，會覺得怪怪的，所以我們就是說可能在這部份去給他一些特殊的享受，就是你不用加錢，而我們有送服務這樣子，我們就可以直接下去幫你演奏三到五首，或這是你喜歡哪一首歌我們可以幫你演奏，就是薩克斯風這個樂器會出來，那這樣子他們可能就會覺得說這樣子對他們來講是比較划算的，那我覺得這個是 OK 的，只要客人願意的話，我們都很願意配合他們，因為對我們來講我們並不需要額外的支出人，或是額外的支出費用，因為我們自己兩三個樂器就可以做交叉了，所以說我覺得這樣子對中南部這些鄉親來講的話，這種比較不像公立社會，會覺得比較開心啦、會覺得這種感覺會比較好一點，所以我覺得我們策略是這樣子啦，可是我會準備一些很特別的優惠給他們，比如說我會送一個薩克斯風給他們這樣子。</p>	
<p>3. 宣傳設計形式的主要管道為何?以何種宣傳型式效果最好? C1：OK，我們請平面設計公司針對</p>	<p>我們請平面設計公司針對 JustMarry 這件事情、針對結婚這件事情，然後去幫我們做一些行銷，或者做一些 logo，然</p>

<p><u>JustMarry</u> 這件事情、針對結婚這件事情，然後去幫我們做一些行銷，或者做一些 logo，然後我們所有的相關的物品、包裝就全部用我們的 logo 再下去延伸，因為其實婚禮這件事情已經行之很多年了，這個已經好幾千年的歷史，所以說從古到今，我相信只要是跟婚禮有關係的東西都非常好包裝啦，因為包括我們有跟一些婚禮顧問公司，或者是婚禮布置的公司都有再合作，所以其實說我們有很多場合也是會透過他們來做總介紹，所以我覺得婚禮這件事情的話，我們會跟顧問公司，或者是請一些平面媒體來幫我們設計，我是覺得專業的事情就交給專業，我們不需要自己去瞎搞，因為人家設計出來的東西就是會有設計感，我們不需要自己硬要去做些什麼很奇怪的東西啊，比如說排版這件事情，我們就不自己排版，我們的名片就交給專業，所以說當你拿到名片的時候，你會發現，這個名片是請人家設計的、專業的排版，還是自己回家用一些軟體打一打一看就知道了，對，因為那種是設計感是沒有辦法取代的，就像是音樂、或者是美術這種價值是聽了才會知道、看了才會知道，並沒有辦法說我就很會吹啊、或者我就很會畫啊，所以</p>	<p>後我們所有的相關的物品、包裝就全部用我們的 logo 再下去延伸。</p> <p>(C1-2-3-1)</p> <p>我們目前還是透過口耳相傳跟 FB 粉絲頁，透過這樣子的方式，然後以朋友跟朋友去交叉、去把人際關係放大。</p> <p>(C1-2-3-2)</p>
--	---

說我們覺得把這些東西全部都交給專業的，那請他們來幫你包裝。

我們目前還是透過口耳相傳跟 FB 粉絲頁，透過這樣子的方式，然後以朋友跟朋友去交叉、去把人際關係放大，那其實我們只要是樂團的成員我們都希望每一個成員都是老闆，就是你的朋友或是你的什麼人如果要結婚或者是需要婚禮演奏的時候，都可以由你跟他接洽說就是要怎麼樣去演出，由你直接去接洽，那當然有一些額外的利潤部分就是屬於接洽的人，我們並不會強制說你這一團給我們、團長要抽幾成之類的，沒有啊，其實我們每一個人都是團長，我們每個會針對他的朋友，或是針對他的親人來設計婚禮，然後當然會有支出的部分跟報價的部分就會有所謂的利潤，那這個利潤就會屬於大部分去接洽的人，是用這一種方式，因為我們比較不計較賺多少錢這件事情，我們希望合理的利潤，那比如說我音響他就給我一個合理的利潤，因為我支援別人也是這個價錢，那我支援自己人就更需要友情贊助了，所以說我相信這樣子的方式會比較讓大家能夠比較積極去參與這件事情，對，那因為慢慢來嘛。

讓大家知道的話可能還是要透過街

頭演奏，其實如果有心要去把我們會玩音樂這件事情讓大家知道的話，比如說我們大家去街頭藝人選拔，那可能大家在我們去做街頭藝人選拔、拿到街頭藝人證之前，對我來講就比較陌生，或者是說什麼你會樂器嗎?之類的，那可是你去參加選拔，然後再 FB 上把資料 PO 出來之後我們拿到所謂的街頭藝人證，那對他們來講有一張街頭藝人證就有一張通關卡，那有這一張通關卡就表示你懂音樂、你可以演奏音樂，所以我覺得其實還是要透過街頭演奏的方式去把我們的一些文宣，因為我覺得還是聽到的才是真的啦!他如果喜歡的話，他就會跟我們接洽，啊，如果覺得你們這些 2266...OK 啊,那就 OK 啊,那你覺得 2266 你就去找比較厲害的。所以我們覺得音樂性的話，我們希望把我們想做的東西做出來啦，包括每一首歌、什麼樣的詮釋方式，因為畢竟我們從演奏完之後，你演奏久了、演奏多了，就會希望有自己的風格和特色，所以我們希望我們的老師可以開始從事、嘗試一些編曲的動作，包括改變音樂型態，那比如說一首歌玩到爛掉就沒甚麼好玩的了，那後來的人就會去做些改變，比如說我們台語老歌很多，在國外的人、國外的一些很

厲害的樂手來演奏，非常得好聽，因為他們可以結合他們的即興、爵士的藍調，結合他們的即興演奏去混合很多元素，那像我們臺灣會辦一些什麼國際爭鋒、大師賽也都會挑一首指定曲，那指定曲很可能是一些傳統歌，比如說是望春風，有一年的題目就是望春風，結果我們演奏一首望春風大概三分鐘，人家一些國外的樂手包括第一名、第二名、第三名、前十名的演奏一首望春風，他們可能都可以弄個二十幾分鐘一首歌，因為中間加了很多他們想要做的元素，所以說我們的希望大致是未來方向能夠去做些曲風的改變，然後有一些編曲的動作，讓這一首歌屬於我們這一個樂團的方向，包括樂器的強項，像我們的中國笛那些國樂的東西，那我們是希望把這首歌改變成為國樂會有張力的方式，我們希望把張力做出來，跟戲劇一樣。我覺得一個樂團就是一首歌，一樣一首歌我們希望把它包裝、把它做成是我們的歌，然後有我們的特色把那個張力做出來、把音樂張力做出來這樣子聽的人會比較開心，跟他們以前聽得不一樣。所以說在聽一些高手演奏他們一定會分成很多層次，那他們第一個層次一定會跟原曲做一樣的，比如說第一個層次它

的前奏一定跟原曲一樣，然後再來第一遍 A 段的演奏、AB 段的演奏一定跟原曲一樣，他就會說這一首跟原曲一樣，然後在 AB 段演奏完之後的間奏它就會開始做變奏了，比如說爵士鼓會引導我們、我們的打擊會引導我們這首歌甚麼時候 solo 的部分，我們可以直接轉成 rock，或是轉成一些快版的...也 OK 啊，就是當節奏型態改變的時候，那我們就必須要跟著節奏型態去把我們樂器的主音的方式要去改變，比如說這一段就是該誰做，那我就給你十六個小節，請你把這十六個小節填滿，我不管你用什麼方式，當然不能亂弄，它還是有一些遊戲規則在啊，比如說你必須依照整個和弦進行去推，那我就給你八個小節、給你十六個小節去填滿，然後用緊閉的方式去填滿，那一開始這樣做大家都很陌生，可是當你玩久了之後，你就會覺得還蠻有趣的，而且自己的那把樂器從所有的樂器中間拉出來，就是會有那種比較有表演過的感覺，所以我希望宣傳方式是透過街頭，那透過街頭我們希望去改變一些歌，然後讓聽到的人會有一些不一樣的想法，那他就會覺得說我們會演奏的能力，而不是說我這首歌就是這樣做，那做了一百次那大家就眼睛閉上

<p>做就好了啊，眼睛也不太會用到，因為已經熟到已經不知道要做什麼了，所以這個時候就要去做一些改變，所以說這個是慢慢循序漸進的啦，因為畢竟好聽的歌就那幾首啊，對阿，你看臺灣已經多少年了，我們都已經一百零四年了，其實在婚禮上聽到的歌可能百分之七、八十都會跟你在其他場婚禮聽到的都蠻類似的，就是因為是婚禮的歌實在是不多，講真的適合婚禮的歌真的不多，台語歌可能就是那十首、國語歌可能就是那二十首、那英文歌可能就是那十幾、二十幾首，其實湊一湊大概四、五十首歌，所以說做婚宴演奏的話，如果純粹只能演奏婚禮的部分，那我們希望有一些變化在裡面，做出適合我們自己樂團的、樂器的特色，然後我們去把它組立起來，然後覺得這樣子會有成就感，那有成就感的話才會認真去做這件事情。所以其實本團不以營利為第一優先，是以音樂性，然後大家共同的興趣、找一個舞台，然後來享受音樂就這樣子。</p>	
<p>4. 網路社群的經營定位與目標? C1: 在 FB 的話，我們可能就是...粉絲團的話，<u>我們就設定多少個讚，可能就是一百個，再來設定三百個、五百個，再來一千個、一萬個之類的循序漸進</u>，對，</p>	<p>我們就設定多少個讚，可能就是一百個，再來設定三百個、五百個，再來一千個、一萬個之類的循序漸進。 (C1-2-4-1) 其實我們有觀察過啦，當我們每個禮拜</p>

<p>它就是一個非常，當然是不以付錢、買廣告的前提之下，那我們就會看著這個數字在跳，那這就是對我們來講的話...  <u>呃，其實我們有觀察過啦，當我們每個禮拜都有認真的在演奏，或者是認真的跑街頭的時候，它的那個按讚的那個效益就比較高，那如果我們很懶散一個月可能只有一兩次、甚至沒有 PO 字、一些東西上來的話，其實它反應就會很慢，所以我覺得說這個指標非常的好觀察。</u>  <u>嗯，就是以粉絲團有多少個讚，或者是說以點閱率來看，因為我們畢竟不做網站、不做交叉連結啦，不然其實要組合的話，我們會用電子商務的方式來做個網站，然後跟吉他的網站做交叉連結，或者是說自動把這些文章 PO 到他們的部落格之後做交叉連結，然後再用網站上的估價軟體去鑑定這個網站值多少錢，其實這些方式都是電子商務上在操作的方式，我們是沒有用的那麼複雜啦。</u></p>	<p>都有認真的在演奏，或者是認真的跑街頭的時候，它的那個按讚的那個效益就比較高，那如果我們很懶散一個月可能只有一兩次、甚至沒有 PO 字、一些東西上來的話，其實它反應就會很慢，所以我覺得說這個指標非常的好觀察。  (C1-2-4-2)</p>
<p>5. 對網路社群經營的未來規劃與遠景?  C1：<u>我們可能定義一萬個讚，然後再來三萬個讚、五萬個讚之類的啦，因為其實粉絲團多的話，它的效益就是說我們有活動的時候，固定的人他就會在我們</u></p>	<p>我們可能定義一萬個讚，然後再來三萬個讚、五萬個讚之類的啦，因為其實粉絲團多的話，它的效益就是說我們有活動的時候，固定的人他就會在我們這邊的場合過來當我們的啦啦隊。  (C1-2-5-1)</p>

<p>這邊的場合過來當我們的啦啦隊，比如說我們在斗六演奏，那在斗六附近的朋友就會看到我們的活動，那他們就會說對對對他們要在柚子館演奏、什麼時候。他們就會過來，就是湊熱鬧這樣子，因為畢竟他們不需要費用，那對他們來講的話，他們可以跟我們一起享受音樂，他們覺得這是很開心的事情。所以我們直接以幾萬個讚來設定目標就可以了啦，因為資料一 PO 出來他們就可以看得到的話，這樣子的話我就會覺得說那是 OK 的，因為那都互相連結嘛，所以我覺得 FB 也是一個非常好的平台，它提供我們這種不需要任何費用，可以在網路上做一些很特別的事情、功能強大。</p>	<p>所以我覺得 FB 也是一個非常好的平台，它提供我們這種不需要任何費用，可以在網路上做一些很特別的事情、功能強大。</p> <p>(C1-2-5-2)</p>
<p>三、異業聯盟方面</p>	
<p>1. 貴團體是否與哪些不同產業進行跨業團體結盟合作?</p> <p>C1: 其實我們有跟音樂教室合作，我們跟其他音樂教室，像一些...其實我們一直想找一些像虎尾的故事館，或者是柚子公園他再來的經營，因為之前我們有跟他合作過，之前是薄荷島在經營的，那柚子公園在薄荷島營運的時候，我們有跟他合作過，做一些市集的演出，然後之前那個雲中街這邊有一個威廉提琴，</p>	<p>其實我們有跟音樂教室合作，那柚子公園在薄荷島營運的時候，我們有跟他合作過，做一些市集的演出。</p> <p>(C1-3-1-1)</p> <p>我們婚禮佈置也是跟他們作交叉，所以說我們覺得音樂這個東西在所有的產業都是可以去做結合的，包括你要辦說明會，包括像最近的選舉，政治人物他們也會有所謂的節目安排。</p> <p>(C1-3-1-2)</p>

那他們那時候在辦活動的時候，我們也有跟他們作配合，那我們也會跟相同性質的比如說婚禮顧問公司，相同性質的還有比如說會場佈置，那我們跨縣市的時候也都會跟他們交換名片，其實他們也希望在跟客戶談場子的時候是可以提供一些較包套的服務，他們也可以經由這些事情去得到一些額外的利潤，我們都會講說那個是電話錢，這其實就是介紹費啦。我們希望說我們透過異業結盟，那讓大家都有錢賺，當然不是很多錢啦，是覺得這樣子就會比較開心，因為婚禮佈置可能...比較沒有預算婚禮佈置可能只花三、五千塊，那比較有預算的婚禮佈置可以花到兩萬五、三萬、五萬不等，那他如果是三、五千塊的婚禮佈置，那他只要再跟我們婚禮樂團做結合、做一個介紹的話，那多個三千塊純利的話，我覺得這樣子是 OK 的，重點是他會認同我們的演奏，因為他在現場有看的話，他才敢介紹我們，因為畢竟說婚禮一輩子只有一次，那你如果是不熟悉這個樂團，或者是沒有聽過他們演奏，那你就貿然的介紹，為了賺個兩、三千塊的介紹費就把這一團直接推到台上去，那到時候他們要負的責任可能會更大!包括他們的前半可能也收不到之

類的，所以說他們是必須看過我們的演奏之後發現說大家的磁場是合的，那這樣子演出他們的客戶是會開心的，或者是要給我們的一些影片，然後讓他們、客戶去看這個樂團演奏的方式、他們演奏出來的音樂屬性是怎麼樣，那客人才會決定說採用這個樂團，而不是說隨便啦，有介紹費賺就好了。所以我們婚禮佈置也是跟他們作交叉，所以說我們覺得音樂這個東西在所有的產業都是可以去結合的，包括你要辦說明會，包括像最近的選舉，政治人物他們也會有所謂的節目安排，因為畢竟你讓那們多人來到一個指定的地方等待，然後或者是一直聽你在講話，他們會覺得非常的煩躁，因為他們很無聊，所以說他們就有一些，像我有跟一個、最近有跟一個里長合作，他就是成立他的一個競選總部，那十點半總部成立、開始，那我十點鐘就在那邊演奏薩克斯風，那你就可以讓來的觀眾、群眾啊，而且還要看群眾，群眾的定會是比如說他們是鄉下人，或者是一些種田的一些阿伯、阿嬤，那我們選歌上就會配合人，又要符合選舉的邏輯，然後又要符合他們的年齡層，比如說像我們就會演奏我只在乎你，或者是說台語歌我們會演奏堅持，

<p>或者是城裡的月光之類的，必須契合這些主題讓他的群眾，就是能夠靜下來，然後能夠有事情可以做，那他們就會覺得這個競選人非常的用心，他還找了薩克斯風來演奏、非常的有氣質，所以大家也都稱讚挖塞，沒想到你一個里長競選總部的一個成立這麼有氣質，應該沒有別人會這麼做了。那其實都是附加的，他只跟我租音響，我也沒有跟他收薩克斯風的錢，他只是說看我能不能順便幫他忙這樣子，我就說 OK 啊!所以改天他當選的話，我們可能機會就會比較多一點，還是要押對寶，押錯寶也不行，壓錯邊也不行。</p>	
<p>2. 運用哪些模式進行跨業合作? C1：婚禮的場合上面跨業合作喔，可能比較特別的就是一個非做不可的就是我們必須要跟今天在做這些辦桌、這些宴會場合、這些菜色的廚師，他們就會有一些比較特別的菜色，比方說是波斯頓大龍蝦、深海的大魚，他就希望這個東西是能夠透過音樂，或者是很隆重的介紹然後下去秀一下之類的。所以我覺得還是會跟一些辦桌、跟這一些宴會的從業人員跟他們合作是說可以幫他們做一些介紹，或者是說他們的菜色我們可以幫他們做一些推薦。像上菜秀那種會做</p>	<p>我覺得還是會跟一些辦桌、跟這一些宴會的從業人員跟他們合作是說可以幫他們做一些介紹，或者是說他們的菜色我們可以幫他們做一些推薦。 (C1-3-2-1)</p>

的地方通常是大飯店，那飯店的主廚會帶著他們的服務生，然後可能會放一些很特別的音樂做一些造型，包括面具、流行歌劇啊，比如說戴一些歌劇魅影的面具端菜奏進場，我剛講的那些是飯店他們有的包套服務，那我們能夠幫他們的比如說他們要安排波斯頓大龍蝦什麼的要出來走秀，那就需要一些音樂或者是需要我們的主持人幫他做介紹，那如果沒有主持人的話，我們的樂手就要下去幫他做這些事情，你總不能他就上台”你好我辦桌的，我是中舖師，等一下要結婚的菜色波斯頓大龍蝦要出來給大家看”就怪怪的，因為既然我們是在舞台上上面的話，我們有麥克風，那我們就希望把其他比如說他需要介紹什麼東西包括他們的伴手禮，也有心人很開心、很用心的準備了什麼黑糖或者是醬油作伴手禮，那我們的主持人就會跟電台的名嘴一樣講個什麼我們這個黑糖是有機的阿、研製過程怎麼樣、吃了之後會潤肺爽身這種。所以說我們的優勢、我們的資源就是我們在舞台上有了麥克風，那如果需要介紹，包括有一些候選人他要來台上說話、一些名義代表，那他也會透過小紙條傳給我們，讓我們來跟他們做結合，那他可能下次有機會要找樂團什

<p>麼的就交換名片嘛，所以我是覺得其實是什麼橋段都有可能發生在婚禮上，還蠻有趣的。</p>	
<p>3. 異業聯盟的效益如何?  C1: <u>我覺得基本上就是你只要跟這些異業的人在接觸的時候夠友善的話、發揮親和力的話，其實他們還蠻開心的幫我們做些介紹，像我們做音響也是介紹來介紹去的啊，所以說其實只要跟他們合作過一次，他們幾乎下一次都是找我們，因為是做口碑的啦，所以從頭到尾都是口碑這一件事情，那只是說要去開發這些陌生的客人，因為你可能一開始是不認識的那要怎麼突破陌生這一塊到都能夠去互相支援，像我也會介紹婚禮布置的去給其他的客戶，他今天要婚禮演奏那我們也會介紹婚禮布置或者是一些小禮物的，或者是他需要什麼樣特殊的東西，包括租賃舞台的我們也要去找舞台，所以大家都是為了演奏而產生的一些經濟效益，所以只要夠親切、夠友善我覺得都 OK 啦，跨出第一步之後應該還蠻有合作機會的，因為雲林這地方實在是很小就會覺得人不親土親，他們也會希望請當地的，因為這些業者希望找當地的，因為你找中部、找北部、找南部太麻煩了，因為你配合久的人有的</u></p>	<p>我覺得基本上就是你只要跟這些異業的人在接觸的時候夠友善的話、發揮親和力的話，其實他們還蠻開心的幫我們做些介紹。  (C1-3-3-1)</p>

<p>時候就會覺太麻煩了，因為可能還要安排很多東西，而且台灣話說”好日子是一起的”就是大家那一天都很忙，所以說他們會優先找當地的，那如果我們當地的 OK 那當然是以我們當地的優先啊，第一個時辰、時間上面好安排，第二個在預算編列比較有空間、好談，在預算上因為你找台中比找我們這邊貴很多，那其實相對的他就會有一個預算空間，他可以去”進可攻退可守”那他要送給客戶或是自己多一點收入就都 OK 啦，所以說這是我們的優勢，因為我們是在地的，所以說有優勢啦，然後再去發揮我們的親和力，走出陌生的這一段應該是 OK 啦。</p>	
<p>四、資源管理方面</p>	
<p>1. 演出流程安排的基本理念為何? C1：<u>我們有制式的流程給客戶做挑選，那我們會提供其他的，在制式的之後會提供比較完整的，比如說在某年某月的某一天的新人他們的橋段，那我們可以讓</u> <u>他去做選擇，因為這些資料我們資料庫裏面都有，那我們就是依照他們的想</u> <u>法，那通常百分之八十的客戶他們並不知道該做些什麼，所以說我們就會去幫</u> <u>他做一些定義，就是我們可能會用兩分</u></p>	<p>我們有制式的流程給客戶做挑選，那我們會提供其他的，在制式的之後會提供比較完整的，比如說在某年某月的某一天的新人他們的橋段，那我們可以讓</p> <p>他去做選擇，因為這些資料我們資料庫裏面都有，那我們就是依照他們的想</p> <p>法，那通常百分之八十的客戶他們並不知道該做些什麼，所以說我們就會去幫他做一些定義，就是我們可能會用兩分</p> <p>你是要用飯店或是要路邊攤、或是要搭</p>

<p>法看你是要用飯店或是要路邊攤、或是要搭棚子、野棚的 OK，那野台的要怎麼樣去操作、飯店要怎麼樣去操作包括剛剛有說到的上菜秀，那飯店這邊會部會附主持人，如果飯店這邊有附主持人你可能會跟他要求，因為省一個主持人的錢，你不需要再額外請一個主持人，我們就會跟客戶建議說你可以跟飯店要求說”你要送我主持人，或者是你要送我什麼表演節目”，其實現在飯店都非常願意給，現在都有燈光秀了。像我上次在彰化有一場，那個餐廳可能最近才斥資，音響和燈光依我的估算大概將近八、九百萬多，他是號稱千萬啦，我這樣子看起來最少真的，因為依我們這樣最少八百萬跑不掉，而且那次大概有一百五十桌，所以那個場地非常的大，然後設備非常的新，才剛做好而已!上次在彰化那個方向，那次剛好那個音響廠商和燈光廠商也在，剛好我去做音控的時候他在，然後他很客氣地問我說”等一下你的訊號要不要直接送進來?”我就說這樣子好意思嗎?他就說沒關係反正音響是他在負責的，並不是飯店，他們為了婚宴還要派音響公司的人來到現場，所以就知道他們那些東西的那個照價和維護在飯店裡非常的好，都是關門來處理的，</p>	<p>棚子、野棚的 OK，那野台的要怎麼樣去操作、飯店要怎麼樣去操作包括剛剛有說到的上菜秀，那飯店這邊會部會附主持人，如果飯店這邊有附主持人你可能會跟他要求，因為省一個主持人的錢，你不需要再額外請一個主持人，我們就會跟客戶建議說你可以跟飯店要求說”你要送我主持人，或者是你要送我什麼表演節目”，其實現在飯店都非常願意給，現在都有燈光秀了。</p> <p>(C1-4-1-1)</p> <p>我們在流程的安排上就會依照我們有飯店制式的、我們有野台制式的，或者是在自宅、或者是你需要什麼節目，我們都會提供給他，百分之八十我們都幫他設計好之後、我們先跟他確認好需求之後，我們再幫他設計好，設計好之後我們再跟他討論，因為其實我們的流程非常的細啊。第一個是時間，最主要的是我們會有負責的人，比如說接下來這一個時間是屬於那些工作人員，比如說他在預備要進場的時候，他就是屬於婚禮樂團的主持跟廚房這邊，我們就會去歸類有哪些團隊他們必須負責什麼樣的事情，或者是說他的親友等一下要開桌的時候要鳴炮，那我們型錄上面都會有某一個行程有哪些人會去負責什麼樣的事</p>
--	---

而不是隨便叫一個服務生，他們會找專人來管理，然後他就請我把我的設備訊號也送進去，那次在那邊的客戶就真的享受到千萬的燈光、音響，他們可以聽到最完整的音場啊，因為設備非常的好，因為其實婚禮演奏這一塊它是一個趨勢啦，然後他以後也是每一個餐廳它需要去爭取客人來這邊做所謂的宴客。那所以說我們在流程的安排上就會依照我們有飯店制式的、我們有野台制式的，或者是在自宅、或者是你需要什麼節目，我們都會提供給他，百分之八十我們都幫他設計好之後、我們先跟他確認好需求之後，我們再幫他設計好，設計好之後我們再跟他討論，因為其實我們的流程非常的細啊。第一個是時間，最主要的是我們會有負責的人，比如說接下來這一個時間是屬於那些工作人員，比如說他在預備要進場的時候，他就是屬於婚禮樂團的主持跟廚房這邊，我們就會去歸類有哪些團隊他們必須負責什麼樣的事情，或者是說他的親友等下要開桌的時候要鳴炮，那我們型錄上面都會有某一個行程有哪些人會去負責什麼樣的事情，我們都會把它切的非常的細，把工作全部都切分開，然後用類似分鏡的方式，一個時間點有哪些需

情，我們都會把它切的非常的細，把工作全部都切分開，然後用類似分鏡的方式，一個時間點有哪些需要做什麼事情全部都分開，那包括婚禮開始之前，我們的暖場歌曲我們會安排這些歌是比較適合暖場的、它是比較慢的、適合讓我們的手指頭活動開來，也讓我們的主持人或者是歌手把喉嚨活動開來，它是屬於慢的、難度比較低的歌，那我們就會選在賓客還沒進來之前，我們就會有所謂的暖場演奏，那暖場演奏要演奏那些歌，在我們的課本第幾頁、在它的調性設計是什麼調，所以說流程規劃的話就是一樣按照客人的需求，那我們會把我們的資料庫開出來然後完整的去配套，包括我們做分鏡的方式，把所有流程都列出來，所以說在規劃上應該都 OK 啦。(C1-4-1-2)

要做什麼事情全部都分開，那包括婚禮開始之前，我們的暖場歌曲我們會安排這些歌是比較適合暖場的、它是比較慢的、適合讓我們的手指頭活動開來，也讓我們的主持人或者是歌手把喉嚨活動開來，它是屬於慢的、難度比較低的歌，那我們就會選在賓客還沒進來之前，我們就會有所謂的暖場演奏，那暖場演奏要演奏那些歌，在我們的課本第幾頁、在它的調性設計是什麼調，比如說今天樂手要按照樂手去分，像小提琴他就不能移調只能 C 調，那我們就會定義今天的曲子就是 C 調，因為我們要配合小提琴，所以說我們在婚禮流程裡面我們就會把細節做到，包括這一首歌是什麼歌、什麼樂器主奏、然後它需要定什麼調性我們全部都訂出來，包括在我們的課本第幾頁，因為這樣子大家都不用再問了直接翻開就好，所以說流程規劃的話就是一樣按照客人的需求，那我們會把我們的資料庫開出來然後完整的去配套，包括我們做分鏡的方式，把所有流程都列出來，所以說在規劃上應該都 OK 啦。其實這不是我們的工作，這是婚禮顧問公司的工作，我們只是說在跟客戶配合的話，我們希望他能夠省一點力氣，包括新人可能不知道他要做什麼，

<p>那我們跟他解釋完之後他才發現原來有需要做這麼多繁雜的東西、在什麼時候做，其實我們都有專人、然後我們都有資料，請他看過一次之後 OK，有需要提早排練的話我們就提早去，比如說十一點的話我們就去那邊架好設備排練，排練到十一點半，十一點半開始可能賓客就會陸續進來，那我們就可以準備放一些音樂、下去演奏了。所以說我們可以把婚禮流程的部分做得很細。</p>	
<p>2. 貴團體如何安排、接洽婚禮演出場次與場地?有那些相關考量的因素?  C1：<u>我們都直接用 Line 的群組，我們是直接把所有的樂手編成一個群組，針對這場婚禮我們會有日期，群組名稱就是婚禮的日期，或者是新郎新娘叫什麼名字，我們都會直接編成群組，針對這個群組我們再去把我們的包括歌單、流程等全部都貼進去，那每個人就可以在不同的時間點去打開資料，把資料看過一遍之後再把你有問題的部分丟回來，然後我們再透過 Line 的部分再來討論，</u>所以說資訊非常的發達，然後再約時間去做一些調整或設定，比如說這一次新人有要求什麼歌、很新的歌，比如說最近出來的”傷心的人別聽慢歌”、譜也才剛拿到，那新人就指定了 OK，我們就是約</p>	<p>我們都直接用 Line 的群組，我們是直接把所有的樂手編成一個群組，針對這場婚禮我們會有日期，群組名稱就是婚禮的日期，或者是新郎新娘叫什麼名字，我們都會直接編成群組，針對這個群組我們再去把我們的包括歌單、流程等全部都貼進去，那每個人就可以在不同的時間點去打開資料，把資料看過一遍之後再把你有問題的部分丟回來，然後我們再透過 Line 的部分再來討論</p> <p>(C1-4-2-1)</p> <p>考量的因素還是以演出的完整性為第一優先，那因為樂器有各有各的屬性，那我們當然是依照我們樂團的一些遊戲規則。</p> <p>(C1-4-2-2)</p>

時間去練團。其實都是透過 Line，也不需要再特別去打電話，因為我們每個人都是團長，每個人把需求丟出來那就是團長的命令，只要誰有丟出來，能配合的就是盡量配合，那有問題就馬上反應，因為 Line 的好處就是你也不用分時間點嘛，比如說有人三點睡的三點多再看 OK 啊，那如果真的很忙而忙到睡著的到明天早上起來再看嘛，那我們就是會有時間、日期都訂出來了，大家就可以針對這個時效去做他的時間安排，所以我們的團體算很自由啦。只要大家有什麼事情在群組上面一丟，那大家就會知道什麼時候要做什麼事情，然後時間都會安排出來，那如果時間不能安排出來的第一時間就要喊，比如說下個禮拜有事那他就會說”我下個禮拜有事”，那我們就可以針對人員去做調度，所以說非常的快，現在結合了現代的科技非常的方便、快速。

考量的因素還是以演出的完整性為第一優先，那因為樂器有各有各的屬性，那我們當然是依照我們樂團的一些遊戲規則，比如說一定要有 KB，那如果會有用到兩個 KB 的話，一定就會把兩個 KB 分開，如果有男女朋友的話我們就會把他們丟在一起，同一個場次可以

<p>互相照顧之類的，所以說其實還蠻人性化的。主要還是以演出的完整性為第一優先，該拆就拆、該放就放，這些遊戲規則需要很細的去定義嗎?應該也不用吧，因為機械化。</p>	
<p>3. 貴團體演出的人員是如何招募、訓練，平均年齡層、職業為何?  C1：喔，招募很簡單，因為<u>有志一同的人很多嘛!那其實之前我們有在斗六固定時間團練啦，那如果你有興趣的話就按照這個指定時間到指定地點來，通常是對演奏有興趣而不是對收入有興趣</u>，那如果是學生，像雲科大的學生那他們如果覺得這是一個打工的好機會的話那也 OK 啊，只要你實力夠。所以我們是<u>用指定的方式、指定的地點練團，只要有同好我們都歡迎</u>，包括你不會也 OK，就是你不會樂器也沒關係，只要你有熱情我們都可以，因為你想吹什麼樂器我們就照這個人教你嘛如果你想學的話，像我們裡面本來對音樂沒興趣的人到我們這邊來練團，他說他對長笛有興趣那我們就照人教他長笛，你沒有設備我們就幫忙找設備，那你有興趣練你就好好練、你有機會就一起出來這樣子，可能到時候會有一些成果發表會或者是一些街頭演奏之類的，我們都很歡迎大家一</p>	<p>有志一同的人很多嘛!那其實之前我們有在斗六固定時間團練啦，那如果你有興趣的話就按照這個指定時間到指定地點來，通常是對演奏有興趣而不是對收入有興趣。我們是用指定的方式、指定的地點練團，只要有同好我們都歡迎。  (C1-4-3-1)  其實並沒有限制，就是因材施教，只是他的音樂性夠強的話，那我們會針對他的特色去做一些調整。  (C1-4-3-2)  平均年齡大概落在三十歲左右，職業就是固定的工作，比如說星期一到五都是在工作的上班族，六、日比較有空、有自己的時間，而且各行各業都會有機會，那只是我們希望說我們比較歡迎有固定工作的上班族，因為他們的時間上比較好安排，需要的演奏都是在六、日。活動都是在六、日，那一到五就好好的工作、好好的放鬆，這樣子會比較開心啦。  (C1-4-3-3)</p>

起來投入這個音樂界、這個團體。

平均的年齡層喔，我們都還蠻年輕的，其實並沒有限制，就是因材施教，只要是他的音樂性夠強的話，那我們會針對他的特色去做一些調整，比如說有國樂很強的，那我們會直接把裡面的人湊一湊成一個國樂團，也 OK 嘛，如果有這個市場的話，我們都願意幫他們包裝，如果客人有要求我們要國樂，我們甚至有客戶要求他們要中國笛，我們都 OK 啊。那其實我們裡面的樂手就會有重複的專長，比如說會吉他的他也會二胡，然後會中國笛的他也會簫啊之類的，我們都可以去交叉，我們打擊也會吉他、薩克斯風也會吉他、吉他的也會貝斯啊之類的都可以交叉，所以說我們並沒有排斥年齡層幾歲到幾歲，我們都沒有排斥，只要你對音樂有興趣，然後一起玩，當然如果有市場需求的話我們就包裝，如果沒有市場需求的話我們也沒有辦法包裝，因為包裝也沒用，當需求產生的時候才會有供給嘛。所以大家平常就是以樂會友，如果市場有需求的時候我們就會幫你包裝然後變成一個團隊，所以我們不排斥任何樂手，也不排斥任何年齡層，只要對音樂有興趣。

平均年齡大概落在三十歲左右，職

業就是固定的工作，比如說星期一到五都是在工作的上班族，六、日比較有空、有自己的時間，而且各行各業都會有機會，那只是我們希望說我們比較歡迎有固定工作的上班族，因為他們的時間上比較好安排，那需要的演奏就是六、日，活動都是在六、日，那一到五就好好的工作、好好的放鬆，這樣子會比較開心啦。以前我們的團員有老師，可是後來發生一件我們覺得沒有辦法接受就是因為音樂老師上課的時間六、日都是他們的黃金期，因為學生放假他們就必須去上課，那他們如果要出來做婚禮演奏的話他們就必須調課，他們調課的話可能第一個比較麻煩、第二個對不起家長、第三個就是收入在此消彼長之下可能並不會多很多出來，反而會覺得這個調度上會有困難，所以我們後來就比較排斥讓音樂老師來參與我們這一塊婚禮演奏這一個部分，就是你既然是音樂老師就負責把你的學生教好，拜託就這樣。除非他有這個熱忱，他有熱忱要跟我們一起玩也 OK 啊，我們裡面也有一些音樂老師可能有一些活動他剛好有空，他就會來幫我們一起做演奏，大家一起玩、開心嘛，或者是他要辦發表會我們就可以幫忙他。所以說基本上以上班族為第

<p>一優先，歡迎上班族。</p>	
<p>4. 貴團體平日是否有固定練習的場域? C1：<u>我們有樂團專屬的練團室，大概有六坪大，什麼樂器都有，我們還有空調設備。</u></p>	<p>我們有樂團專屬的練團室，大概有六坪大，什麼樂器都有，我們還有空調設備。 (C1-4-4-1)</p>
<p>5. 演出者的樂器來源與保養? C1：<u>樂器和保養都是自己負責。我們練團室是有提供固定的樂器，如果是懶的帶的話可以就用練團室的。</u> <u>演出的時候又是從價位上來討論了，你要我帶琴可以嘛，那你要給我五百塊，如果你若不給我五百塊的話就自己帶琴來，這個非常好處理，如果你懶的話那就給錢，如果你勤奮的話就多賺一點，我覺得這個還 OK 啦，我覺得這個用價格來直接切比較快，因為你老是自己帶琴，不帶琴的時候我可以幫你準備，那琴就是琴的費用，在台中和台北這是非常普遍的情況，越大牌的樂手他是不帶琴的，而且他還指定型號”我要一個羅蘭的電鋼琴”、”我要一個 YAMAHA 的電鋼琴”、”我要一個雙鋼琴的腳架和高級的琴架”...，他可以指定，可是先決條件是加錢。</u> <u>通常是看談場的人怎麼談，因為像客人想找大牌的樂手，那大牌的樂手之</u></p>	<p>樂器和保養都是自己負責。我們練團室是有提供固定的樂器，如果是懶的帶的話可以就用練團室的。  演出的時候又是從價位上來討論了，你要我帶琴可以嘛，那你要給我五百塊，如果你若不給我五百塊的話就自己帶琴來，這個非常好處理，如果你懶的話那就給錢，如果你勤奮的話就多賺一點，我覺得這個還 OK 啦，我覺得這個用價格來直接切比較快，因為你老是自己帶琴，不帶琴的時候我可以幫你準備，所以說我們的樂器就自己保管，然後自己準備，這樣子皆大歡喜、會完整一點。 (C1-4-5-1)</p>

所以大牌就是大牌啊，我請你來演出，演出費是多少？”我演出費不多我跟你收八千而已，反正在台北我不用跑太遠嘛”，OK 那八千，那你還要問他”請問一下那你的樂器是你自己要準備還是我們要幫你準備？”那大牌的就會跟你說”那你們幫我準備，我需要兩台琴，我要什麼...”他就會指定，所以越大牌的樂手就越會這個樣子，所以在中、北部這是非常普遍的情況而不是只有在我們中、南部，因為在我們這邊比較少嘛，因為大家都會很親切、大家都會很開心的自己來，而不會像他們那樣很高級的樂手一場都是多少錢。那像我們音響也是會有一樣的問題，老是要帶兩個小蜜蜂，我們出租音響時都要跟他們確認”薩克斯風的收音設備，那你的麥克風是要自己準備還是我們要幫你準備”、”那你琴的部分是我要接線給你？”像我遇過一個他是用攜帶型的 KB，他是可以隨身走的、有點電吉他造型，那個老師是下去做那個桌邊秀的，如果給他一條線怎麼做桌邊秀？像這個時候要跟樂手老師先討論好，如果要下去桌邊秀，那我就是要準備無線的接收設備。所以像長笛、小提琴都要跟他們做確認設備，如果你不滿意我們的設備請你自己準備，那我們會

負責幫你收音，我們會負責幫你把聲音藉由我們的設備去放出，你要低、中、高我們都可以幫你準備，可是先決條件是你若不滿意我們的設備你就要自己準備設備。所以說我們都會準備基本的、不會太遜的設備，因為我遇過一個比較高級的主持兼主唱，他的一個麥克風可能就要三萬多塊了，設備真的還蠻高級的，OK 那就是自己準備，那我們就是他做收音。所以樂器上就是以自己準備為第一優先，自己能夠帶的齊全就自己準備才不會臨時缺東缺西，不然我們也發生過缺譜架啊!”怎麼辦我沒帶譜架!”喔，我車上有，其實我出門都會多帶一、兩支，我不會拿下來，如果當他有需要的時候我們才會去拿，我們現在不會傻傻地放在那邊幫他們準備好，當發生的時候”甚麼樂手沒有自己帶譜架!”，”對不起我忘記帶”，”沒關係我車上有”，然後才會去車上拿下來想到辦法這樣，而不是像以前那樣我們什麼都幫他準備好好的，那他們就會覺得這是應該的。我們對於我們的樂手是一樣的要求，你的東西比如說你要準備你的線，那線是特殊的線就要請你自己準備，因為現場一定不會幫你準備這些東西，讓你養成習慣。大家樂器都自己保養，不能已經臨

<p>陣了說”對不起，我的那個竹片”、”我的那個吹嘴壞掉了，那你那邊有沒有”這也太誇張了吧，<u>所以說我們的樂器就自己保管，然後自己準備，這樣子皆大歡喜、會完整一點。</u></p>	
<p>五、活動創新規劃方面</p>	
<p>1. 創新的演出型態與模式定位的理念?</p> <p>C1：<u>創新的話，很難有創新，比較不一樣的是我們樂團會去做歌曲或是在場的樂手會去做一個樂器的調配，接下來我們會走所謂的中西樂合併，我們可能會有中國笛當主奏，那我們其他樂器就是當輔助。</u>我們也發生過像我們的中阮或者是小阮，或者是大阮這種國樂的東西它出來會變成吉他的角色，或者是它出來會變成是電吉他的 SOLO 的部分，都還蠻有趣的，所以是中西合併。</p> <p><u>我們把中國風的樂器可能去結合中國風的曲子，或者是做些跳動的演出，就是把兩種不完全不相同的樂器用我們的風格去把它做合併。就是說我們會去嘗試做做看，比如說舉一個例子來說，我們要做”追追追”這一首歌，那”追追追”中間就有那個 SOLO 的部分，那我們可能就會叫中阮來一下，那中阮就會站</u></p>	<p>創新的話，很難有創新，比較不一樣的是我們樂團會去做歌曲或是在場的樂手會去做一個樂器的調配，接下來我們會走所謂的中西樂合併，我們可能會有中國笛當主奏，那我們其他樂器就是當輔助。</p> <p>(C1-5-1-1)</p> <p>我們把中國風的樂器可能去結合中國風的曲子，或者是做些跳動的演出，就是把兩種不完全不相同的樂器用我們的風格去把它做合併。</p> <p>(C1-5-1-2)</p>

<p>在那邊彈之類的，或是上次玩過中阮這一次用中國笛，吹到連花舌都會了，它到最後就是可以用中國笛做到這一個 SOLO。</p>	
<p>2. 貴團體的活動創新規劃有哪些？</p> <p>C1：現在講的這些都已經有在執行了，<u>我們可以讓任何一個樂器包括國樂或者是西樂，他就會去做獨立的演奏</u>，比如說這一個間奏是誰的，我們從來不會規定這是誰的，反正看誰在，然後我們想弄誰就讓他上，或者是我們可以把我們的節奏型態改變，比方說這首歌可能是一百二十，那我們就直接到一百八十或者要到兩百是要讓打擊的人有事做、開心，讓演奏的人可以非常的盡興趣挑戰，讓他們習慣之後後來才聽到原曲才發現原來這麼慢，我已經被玩了半年還沒發現之類的，就是如果照著原曲他們還是會覺得怪怪的。第三個部分就是我們希望能夠做到的所謂的原音重現，就是這首歌當初編曲的人、老師他費了很多心力把東西寫出來，那我們希望我們如果有相同、相近或者是一樣的樂器的話，我們希望能夠跟原曲一樣去把他的部分做出來，因為我們的樂曲都會去寫說這個部分的這個樂器甚麼時候出現，屬於什麼樂器的都註明的非常清楚，那</p>	<p>我們可以讓任何一個樂器包括國樂或者是西樂，他就會去做獨立的演奏，我們希望就是尊重原曲，能夠跟原曲做到一樣的水準，那我們再來就是去改變它，改變它之後就來換樂器，我們就是用不一樣的樂器來做這一段，然後去產生不同的火花，這就是我們這一團能夠有那個動力的原因。</p> <p>(C1-5-2-1)</p>

我們當然就希望可以像原曲這麼的做，在我們的能力範圍內我們希望能夠做到跟原曲一樣，那你先跟他一樣之後再來說改變，改變演奏節奏、改變演奏型態這件事情，因為你沒有辦法跟原作曲做出來的東西一模一樣，那表示實力就是不夠，就不要含糊，因為我們聽過太多那個打混的團體了，他們沒辦法做他們就直接混過去，我覺得這樣子對當初寫這個歌曲的老師太不負責任了，因為他做了一個這麼好的作品，結果你就是隨隨便便、抽樣隨便弄幾個音這樣就混過去了，或者是 KB 壓幾個前奏。突然又想起一個樂團的人了，那個彈吉他的，人家前奏寫得那麼完整、那麼漂亮，你必須依照他的前奏去做偏曲的動作，你必須把節奏跟你的單音的部分去整合之後你必須做一個編曲的動作，把這個東西原音重現出來，那為什麼你永遠都是來四個拍就刷了，這個我就是沒有辦法去接受的一件事情，請你尊重原曲去做編曲的動作，如果你可以彈的百分之百的一樣，那你再來怎麼改我都沒有意見，因為我覺得你有實力，你怎麼搞我都覺得好聽，可是你今天連原曲都沒有辦法做了，甚至很多人看不懂譜，反正前奏有八個格子嘛，每個格子上面寫著

<p>一個和弦，那我就把和弦弄出來這樣就好了嘛，問題是那個和弦有 CM<sup>7</sup>、G，那請問一下那 C、Cm、Cm<sup>7</sup>有什麼不一樣？”我不知道，反正我就用 C 就好誰知道”，噢天啊，大家都知道啊。所以我們希望就是尊重原曲，能夠跟原曲做到一樣的水準，那我們再來就是去改變它，改變它之後就來換樂器，我們就是用不一樣的樂器來做這一段，然後去產生不同的火花，這就是我們這一團能夠有那個動力的原因，不然講真的一樣的歌演奏一千次、一萬次很無聊、很無聊。</p>	
<p>3. 活動創新規劃的執行度與民眾的接受程度?  C1：<u>執行度的話，其實我們能夠做到說新的歌、一個陌生的譜可能在兩個小時之內讓大家到所謂的六十分及格的程度，然後我們再慢慢去把分數拉高。</u>我們去做這些奇奇怪怪的東西其實有一個默契知道我們經過的時間、我們對這些聽演奏的人來講的話他們還蠻開心的，因為畢竟不是屬於他們習慣聽、看的東西啦，因為這首歌不一定都要做慢板，那有時候你就會在第一段之後做快板，反而會覺得有一點熱情的東西出來就會覺得很開心，尤其是一些台語老歌、經典老歌曲，在爵士樂上改編的可能是這</p>	<p>執行度的話，其實我們能夠做到說新的歌、一個陌生的譜可能在兩個小時之內讓大家到所謂的六十分及格的程度，然後我們再慢慢去把分數拉高。  (C1-5-3-1)  我觀察到的是年齡層，還有他們比較熟悉的樂器，只要是它們熟悉的樂器來演奏，他們都會覺得很開心。  (C1-5-3-2)</p>

些台語老歌改編的最多，因為第一個它熟悉度高，第二個它有所謂的感情，然後第三個它可以透過不同的型態、不同的演奏方式去讓這首歌變得活潑起來、變得開心起來之類的，也有可能它要討論到大調、小調，那個就有一點複雜了啦，那上樂理就很頭痛了。可是基本上我們希望去顛覆他們以前常常聽到比較實際層的東西，所以說這個部分在我們來講的話已經有實際上去做這樣子的嘗試了，那反應也都還不錯，因為他們永遠不會聽過”為什麼是中國笛在吹這首歌”，比如說我們就用中國笛在那邊吹，他們就會覺得很開心說”哇!”。所以說像一些快板的樂器像小提琴就很開心的演奏”牛仔很忙”這一首歌，它們的樂器的屬性都差不多就是屬於比較快節奏的東西，因為他們只要移動手指頭就可以做到那樣子的點了，可是你今天是其他的樂器，你要上下幾個八度跳我是覺得有點頭痛，像電吉他到最後也都是點弦了嘛，手都不用彈，他們都是效果器踩下去就有音效了，根本就不用彈，人的手怎麼可能談到那種速度!三百多，因為我在網路上有看到三百二十、三百五十的卡農，那是瘋狂卡農那個怎麼彈得出來，都是用點弦的啦，所以說點弦到最

後就有點類似小提琴了，他可能拉一下可以點出十六個音，他用點弦的方式，所以說什麼樣的樂器去做什麼樣的東西我們就去把它混和，混和之後再看混和出什麼東西，那我們再把這個東西定義說這是我們樂團演奏的風格之一這個樣子，這是我們目前要跟其他東西不一樣的、跟其他樂團不一樣的地方，因為其他樂團他們可能比較固定，他們並不會去嘗試其他的樂器，那我們是只要有新的東西我們就會去用。

按照年齡層來區分，如果年齡層是屬於五、六十歲以上來講，他們就非常喜歡中國笛，不管是什麼歌只要是中國笛他們就會覺得好好聽，這是我們的結論!所以我觀察到的是年齡層，還有他們比較熟悉的樂器，只要是它們熟悉的樂器來演奏，他們都會覺得很開心，這是重點，比如說我是彈鋼琴，就會特別的去注意彈鋼琴的這個人，那如果我是彈鋼琴的人結果他在吹撒克斯風，反正我也聽不懂吹的好和吹不好有什麼差別嗎?順順的就好，不要爆音、不要亂吹，吹到人家沒有辦法接受、沒有辦法忍耐，基本上他們都能夠接受。所以我覺得是他們的年齡層跟他們熟悉樂器的程度來決定我們要用什麼樣的樂器去演

<p>奏，其實這個會有點看現場的狀況，那婚禮也是看點歌的人，因為我們也有做過很誇張的婚禮，可能做婚禮我們開開心的正在演奏，突然台下有一個阿伯衝上來說”我要聽 one night in 北京”，那我們也會盡量按照他們的需求去演奏，因為我們平常就有在玩，只是我們不會拿上來婚禮做演奏，不過既然人家有點了我們就會拿來演奏，那他們就會很开心，因為是他們指定的，所以說我們還是會去應付這一些突發狀況，我們還會有些平常膾炙人口的歌我們也會練，所以我們做街頭演奏、做婚禮演奏都是不同的屬性，我們當然可以交叉因為我們本身都是玩這些東西的，我們都可以交叉，所以說只要客人有需要，他要跳慟的話我們也可以配合他。所以我覺得說我們跟別人比較不一樣，就可以做一些比較客製化的東西，可能別團就沒辦法，可能別團就是柔柔美美的那樣做，可是我們就可以去做 <b>Rock</b>，大家會跟著動之類的。這些都是有在執行的，然後客戶年齡層跟他喜好的樂器會決定我們怎麼做，所以說都是看客戶。</p>	
<p>六、未來發展</p>	
<p>1. 如何提昇婚禮演出團隊的產業價</p>	<p>其實這一個部份在產業鏈上它已經是主</p>

<p>值?</p> <p>C1：<u>其實這一個部份在產業鏈上它已經是主流了啦，婚禮演奏在婚禮的演出節目上面已經是主流了，因為走到哪邊大家都希望我的婚禮上面會有一些節目的、是有一些讓人舒服的東西，所以說我覺得它是一個主流，那它未來的趨勢可能就是成數吧!</u>現在可能會有一對、兩對，再來可能就是十對、多對六成七成，所以我覺得它會一直成長，那我們可能會依照時代的趨勢在去做一些調整或者是我們會召入一些人力來配合以後，比如說好日子大家一起的嘛，那好日子到了我們可能面臨拆團，我們也曾經做過一個團拆成兩、三個團用啊，比如說我們拆成兩團之後，這團缺 <b>KB</b> 那我們就請 <b>KB</b> 來貼，那我們拆完之後缺什麼樂器，我們就請什麼樂手來貼，我們也曾經這樣子玩過，拆成兩團或三團。所以說我們現在在充實自己，希望在未來我們可以直接在我們的團員直接拆團，所以我們未來的方向是希望這個市場會是一直成長的，那我們希望我們能夠充實自己，然後我們可以在我們的樂手之間做兩團或者是三團同步做演出，我是覺得未來是這個方向。</p>	<p>流了啦，婚禮演奏在婚禮的演出節目上面已經是主流了，因為走到哪邊大家都希望我的婚禮上面會有一些節目的、是有一些讓人舒服的東西，所以說我覺得它是一個主流，那它未來的趨勢可能就是成數吧!</p> <p>(C1-6-1-1)</p> <p>我們未來的方向是希望這個市場會是一直成長的，那我們希望我們能夠充實自己，然後我們可以在我們的樂手之間做兩團或者是三團同步做演出，我是覺得未來是這個方向。</p> <p>(C1-6-1-2)</p>
<p>2. 對婚禮樂團未來的發展建議</p>	<p>請同業提昇實力，就是平常多充實一下</p>

<p>C1：可能就是請同業提昇實力，就是平常多充實一下自己、多聽一些高手演奏的音樂，然後就是不要讓別人的婚禮”二二六六”，這是我的期望啦!我是覺得至少要有一個標準啦，所以說我們雲林縣有一個叫作街頭藝人協會，好像有一個叫什麼音樂協會之類的，因為有很多協會啦，那也希望他們可以的話也成立一個婚禮演奏協會，透過協會的力量讓大家來規範，OK 你想做婚禮演奏、婚禮樂團可以，那你必須符合哪些條件，比如說你必須要會演奏哪些歌、那你演奏出來的東西是分數是多少，因為會有一個所謂的標準出現啦。那其實很亂啦，反正只要我會樂器、只要有人請我、只要我漂漂亮亮的上台大家就很開心這樣就好啦、也 OK 啦。我說會有協會的成立，然後可以有一個標準或一個規範，然後大家就按照規範來去開開心心的從事這一個行業，我覺得個人是這樣子希望。</p> <p>因為一直在從事相關的東西，你會覺得看到那麼多高手，其實我的身分比較特別啦，因為我要做音響，所以我常常要跟一些國際級的樂手合作，比如說他們不找樂團的一樣是婚禮演奏，在婚禮上做演奏他們可能會請一個唱歌的，像我那天彰化那個叫作小江蕙是不是?</p>	<p>自己、多聽一些高手演奏的音樂，然後就是不要讓別人的婚禮”二二六六”。</p> <p>(C1-6-2-1)</p> <p>希望他們可以的話也成立一個婚禮演奏協會，透過協會的力量讓大家來規範，然後大家就按照規範來去開開心心的從事這一個行業，我覺得個人是這樣子希望。</p> <p>(C1-6-2-2)</p> <p>希望大家多尊重智慧產權，然後希望大家能夠共生。</p> <p>(C1-6-2-3)</p> <p>我希望客戶不要重男輕女好不好，我們男孩子也不錯，雖然不是帥氣品牌，但是基本上也穩重嘛。所以這個大概就是我們的方向，延伸出來大概就是這些。</p> <p>(C1-6-2-4)</p>
--	--

在那個什麼八大電視比賽出來的綽號叫小江蕙的一個歌手，那 OK，歌手就拿一個高級的 ipad 然後就按 play，音樂來了就唱歌嘛，然後小提琴老師來了 OK 嘛，又給了我一個 ipad 按了 play 又拉小提琴，最後又來一個什麼老師結果也是按 play，所以我覺得這些所謂的國際級的，我也遇到一個小提琴號稱小提琴魔手，然後他也常常到大陸、出國演奏，那個老師叫金毛獅王然後他也會彈琴、吹薩克斯風，因為我幾乎都看到他拉小提琴啦，他可以不用手拉大黃蜂之類的，他可以現場不用手就拉大黃蜂、用腳拉，說”我就是這樣打破世界紀錄的”然後用腳夾著弓這樣子拉，或者是在場請婚禮的新郎拿著弓，然後他就這樣子演奏，很厲害、非常厲害，可是他們沒有樂團、沒有樂手，只有一個人，所以說我是覺得這個對我來講會覺得怪怪的，我不知道是不是預算的問題，比如說一場演出就要一萬二，那一萬二我本來可以請三個人，現在只請一個人那我當然只能放卡拉了之類的啦。所以我在想說應該是我們到了那個時機的時候我們是不是就只能放卡拉了!”預算只有一萬五喔”不然一萬五都給我好了，我保證讓你很精采這樣子之類的啦。所以說我是覺得這個

到目前是最奇怪的一件事情，可是為什麼所有的歌手、所有的樂手、所有 TOP 的樂手他們就只要帶一台 ipad 出門就好，甚至於他還可以連到什麼 Apple 有一個軟體 APP 叫做”天籟 K 歌”蘋果系列的，那天籟 K 歌是你找到任何 KTV 原曲，那你也可以自己演唱它會幫你評分、你也可以升降 Key，所以只要找一個天籟 K 歌然後線再插上去要演奏什麼歌點下去再 play 就可以演奏了!而且版權是在大陸，也沒有人會告你。所以我覺得問題是這一個啦!就是樂手都跑去哪裡了?那第二個問題就是前一陣子有一個出樂譜的一些檢舉的發生，就是出版社可能有到外面來掃蕩”你們這些樂手都沒有買我的書、都沒有買我的譜，然後就到處在演奏我的譜”因為非常生氣，所以他就出來抓嘛，那聽說還抓了不少人，因為我們的團實在是太小了，那是沒有對我們伸出魔手之類的啦。所以我是覺得希望未來也是如果可以的話可以把三十首或五十首歌去做收入之後去跟那個出版社買，它可能一首歌才三、四十塊吧，所以講真的一個人也沒有多少錢，只是說還要再去整理這一塊啦，那因為買它的電子譜也沒有用，兩萬多首歌才兩萬塊，問題是沒有用啊!我

們根本就不會用到啊!我們這輩子用兩百首歌就差不多了，每個人會唱的歌如果會超過一百首就是高手，就是你平常去 KTV 唱歌如果你的歌單有超過一百首，而且這一百首歌都可以唱到很有情緒、很有感情，我就給你拍手!更何況是兩、三萬首歌!我想說我會唱的歌應該也沒有兩百首吧，所以我覺得說會遇到這些問題是比較奇怪的現象啦，倒是沒有什麼延伸不延伸，只是覺得希望大家多尊重智慧產權，然後希望大家能夠共生，不要毒死這樣不好嘛，再怎麼樣你就找個 KB 手就好嘛，不要只接 ipad，好歹也找個 KB 手接 ipad 接在上面，這樣子也比較開心點，這樣 KB 也有飯吃嘛。我覺得共生、覺得希望演奏婚禮的這些樂手們大家就是共生，然後是希望大家是享受音樂，而不是婚禮廠要做的很炫那倒不是，不是要揸著電吉他彈這個樣子。然後再來就是這個市場往美女掛的方向，所以女孩子都適合成為婚禮樂手，因為就是美美的嘛，那種畫面都是美美的嘛，所以像我們斗六有一個樂團叫彤 X 樂團，那個盈臻老師可能就是在他的那個，我是覺得他的市場定位跟包裝上都做得非常好，那是我們望塵莫及的，他就可以找一些學生包裝、美女，

開心嘛、這個畫面就是漂亮!因為其實演奏什麼東西那其實不是很重要啊，我覺得那個畫面漂亮那是一定要的，所以這是未來的趨勢，再來的樂手男孩子的部分就越來越少，目前都看的到，現在叫場有幾個比較可愛的啊，可能就是十一月二十四號需要美女小提琴老師，女小提琴老師一名，那他每次就會”女”小提琴，然後什麼女薩克斯風，”女”薩克斯風之類的啦，因為大家都只要女孩子嘛，誰管你吹得好不好，只要是”女”老師就可以了，所以這個也是趨勢啦，我希望客戶不要重男輕女好不好，我們男孩子也不錯，雖然不是帥氣品牌，但是基本上也穩重嘛。所以這個大概就是我們的方向，延伸出來大概就是這些，這樣應該 OK 吧。

訪談對象編號 D1

訪談日期與時間：103 年 11 月 07 日，下午 12：30~13：00

訪談對象職務：團長

訪談地點：中正全家便利商店

訪問方式：開放式訪談錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
一、品牌經營方面	
<p>1. 成立宗旨與理念</p> <p>D1：<u>成立的宗旨是賺錢啊</u>，講白一點就是賺錢，理念一點的就是替別人，一定要是婚禮樂團嘛?<u>我們連活動都有做，我是覺得能幫別人做好一樣活動，他們開心我們當然也開心</u>，理念是這樣子的啦，但是最一開始去接觸到這個東西當然是賺錢、為生活，這當然就是第一點。</p>	<p>成立的宗旨是賺錢啊。</p> <p>(D1-1-1-1)</p> <p>我們連活動都有做，我是覺得能幫別人做好一樣活動，他們開心我們當然也開心。</p> <p>(D1-1-1-2)</p>
<p>2. 品牌特色如何定位?</p> <p>D1：我們是怎麼樣定位它，我是覺得我認為我跟別人比起來，<u>我不會因為真的是為接場而接場</u>，我既然要做，我會把它做的最好!<u>我不會去跟別人比價、削價競爭</u>，不喜歡。<u>我會以客人的需求為最重要</u>，就是我又不會去騙客人說怎樣很好，就是說我們能做的就盡量做給別人這樣。</p>	<p>我不會因為真的是為接場而接場，我既然要做，我會把它做的最好!我不會去跟別人比價、削價競爭，我會以客人的需求為最重要</p> <p>(D1-1-2-1)</p>
<p>3. 經營設計與內容</p> <p>D1：我們就是通常我會給客人，<u>我若接</u></p>	<p>我若接一個客人，我會去跟他就是當面會談兩次，我會先聽他的需要，然後再</p>

<p>一個客人，我會去跟他就是當面會談兩次，我會先聽他的需要，然後再跟他分享我的建議，然後這個內容如果是以婚宴來講，內容不外乎是我們開場的時候、婚宴開場的時候他們需要什麼樣的音樂，他們是要用放音樂的呢，還是要請樂師在台上做演奏，還是要在門口演奏迎接客人，再看客人的需要，然後再來就是流程走到當然就是要先進場嘛，進場他們要用什麼樣的形式，有些客人有些新郎想跳舞之類的，我們就可以跟客人做一個討論，然後活動持續，我們絕不能讓場子冷下來，就是說他在第一次進場跟第二次進場的中間他們需要做什麼樣的事情，或者是說做什麼樣的歌曲，或是有甚麼樣的表演，或是有哪樣的藝人、大官要來致詞什麼的我們都需要知道的非常的清楚，然後等這個中間，第一次進場、第二次進場中間結束後就會換到第二次進場，第二次進場他需要什麼東西，第二次進場他是要主婚人是不是要上台，或是說他的親朋好友有沒有要來祝賀他都要放在第二次進場，然後我們會問他說在這之間，你需不需要跟台下做一些什麼互動啊、想玩遊戲、抽捧花之類的，這就是我們需要跟客人討論的，再來就是說看他有沒有</p>	<p>跟他分享我的建議。</p> <p>(D1-1-3-1)</p> <p>內容如果是以婚宴來講，內容不外乎是我們開場的時候、婚宴開場的時候他們需要什麼樣的音樂，他們是要用放音樂的呢，還是要請樂師在台上做演奏，還是要在門口演奏迎接客人，再看客人的需要，然後再來就是流程走到當然就是要先進場嘛，進場他們要用什麼樣的形式，有些客人有些新郎想跳舞之類的，我們就可以跟客人做一個討論，然後活動持續，我們絕不能讓場子冷下來，就是說他在第一次進場跟第二次進場的中間他們需要做什麼樣的事情，或者是說做什麼樣的歌曲，或是有甚麼樣的表演，或是有哪樣的藝人、大官要來致詞什麼的我們都需要知道的非常的清楚，然後等這個中間，第一次進場、第二次進場中間結束後就會換到第二次進場，第二次進場他需要什麼東西，第二次進場他是要主婚人是不是要上台，或是說他的親朋好友有沒有要來祝賀他都要放在第二次進場，然後我們會問他說在這之間，你需不需要跟台下做一些什麼互動啊、想玩遊戲、抽捧花之類的，這就是我們需要跟客人討論的，再來就是說看他有沒有第三次進場，如果有的</p>
---	--

<p>第三次進場，如果有的話要是二進、三進前中間看要做什麼活動就跟客人討論，再來就是結束，這是最基本的。</p> <p>我通常都是怎麼樣接我自己的工作，有的是人家看我的名片自己打電話給我的，然後另外一種是說如果我只是中盤商，還有一個大盤商發場下來，比如說有音響公司要我去籌劃人，或者是說有音樂教室叫我去籌劃人員，如果是我上面再有一層的關係的話，我會先跟上面那層討論，再由上面那層的人再跟客人討論過，他把客人需要的傳達給我，我再去跟他做協調、協商，是這樣子的。</p>	<p>話要是二進、三進前中間看要做什麼活動就跟客人討論，再來就是結束，這是最基本的。</p> <p>(D1-1-3-2)</p>
<p>二、行銷策略方面</p>	
<p>1. 貴團體如何訂出價格標準?</p> <p>D1：行銷方面，這個價格方面因為現在樂團價錢非常的亂、非常的混亂，尤其在嘉義非常的混亂，所以我很少有再嘉義有接到場，幾乎都被吃光，因為削價競爭嚴重，但是我有一個標準就是第一件事情就是我會先問客人的預算，有多少錢我們做多少事情，如果說預算無上限，我們當然幫他準備最好的，樂師從兩千到兩萬都有，所以說一場下來如果說以三人組來講，比如說一個薩克斯</p>	<p>我有一個標準就是第一件事情就是我會先問客人的預算，有多少錢我們做多少事情。</p> <p>(D1-2-1-1)</p>

風、一個 KB 手、一個主持人，他都要綜藝掛的，可能就是要請真的藝人來這樣十萬，差不多十萬至十五萬，就樂團而已音響設備不算，如果說三人組含音響、燈光舞台，如果說他是做晚上的燈光舞台，舞台我們一坪算，如果他需要，其實三人組的話六坪就很夠了啦，如果說你是要做大舞台的話，十坪以上，我們是就是說算一坪八百塊，那如果說是小舞台的話，因為它不大數量不多嘛，所以一坪可能就是九百至一千塊，我們是以坪數來算。然後再來是音響的部分來算的話，如果說二、三十桌、五十桌那樣子，我們都是出基本的配備，基本的配備就是兩個監聽，然後外掛出去的環繞音響四支，差不多六至七支的喇叭，然後加音控台，然後再加一個音響師這樣一個基本配備是六千塊，這也是以規格來算的價錢。如果你是做很大的、幾百桌，你可能要架背板、架音架，那就要另外再計算，六千是一個音響的價錢，六千再加上，如果說你要舞台，我們就假定他三人組，我們講三人組六坪好了，六坪的話就六千塊，那如果說你要搭後面的背板，我們就免費搭給他這樣子，我們就會跟客人講說、就是說我們就含在舞台的費用裡面算給你這

<p>樣，那就可能一萬二一個小舞台、一個小背板、一個設備這樣，然後樂師的部分就是看個人需要什麼樣的一個需求。</p>	
<p>2. 貴團體是否提供優惠活動?對於整體收入有何影響與效益?</p> <p>D1: <u>優惠活動具體的是沒有。如果說有長期配合的客人，我不會說長期跟我配合我就跟你打幾折這樣，我會就是說你的廠叫我這樣子，可能我本人去幫你做表演這樣子，我不跟你收我的樂師費、我個人的樂師費，我本身拉小提琴嘛，可能就是說我去幫你演這樣，但是其他的費用當然就是不能省，那如果說其實差一個我的價錢就差很多了，我一個最少四千塊，就是說我送他做一個人情給人家，對，我會這樣子做。如果說一個具體的說因為什麼樣的狀況，我要給你什麼樣的優惠價，或者是說打幾折給你，我不會這樣子。</u></p> <p><u>對於整體收入影響與效益這會有，因為人家第一個就是會說你這個人很大方，你就這樣子幫助，第一個幫助到他們，他們會開心，第二個我人情也有做到，人家之後有場子也會介紹給我這個樣子。</u></p>	<p>優惠活動具體的是沒有。如果說有長期配合的客人，我不會說長期跟我配合我就跟你打幾折這樣，我會就是說你的廠叫我這樣子，可能我本人去幫你做表演這樣子，我不跟你收我的樂師費、我個人的樂師費。</p> <p>(D1-2-2-1)</p> <p>對於整體收入影響與效益這會有，因為人家第一個就是會說你這個人很大方，你就這樣子幫助，第一個幫助到他們，他們會開心，第二個我人情也有做到，人家之後有場子也會介紹給我這個樣子。</p> <p>(D1-2-2-2)</p>
<p>3. 宣傳設計形式的主要管道為何?以何種宣傳型式效果最好?</p>	<p>一開始我覺得網路宣傳非常的好，但是我覺得錯了，今天如果要去推銷我自己</p>

<p>D1：<u>一開始我覺得網路宣傳非常的好，但是我覺得錯了</u>，有一件事情因為大家喜歡看美女，他們常常在網路上面用一些美女這樣子打，大家當然是看他們，不會看我們，我們這邊很少美女，我們都爵士樂的，所以他們就會覺得說沒有什麼養眼的效果。所以說我覺得網路行銷的效果越來越差，但是我發現說我今天如果要去推銷我自己的話，我只能多去找廠商配合，因為我們最主要是打樂團啦，那像硬體設備的我覺得有賺沒賺沒有必要，其實我也不會說去抽成，對，其實要抽成是可以的，就是說可能抬六千塊我可能抽個一千塊，但是基本上我不會去抽這個成，但是我覺得去跟他們常配合啦，就是去賺樂團的部分其實就很 OK 了。我是覺得多幾家上游的廠商對我來說是比較好的，有些網路行銷我不想去跟別人比，我就做自己的方式。</p>	<p>的話，我只能多去找廠商配合。 (D1-2-3-1)</p>
<p>4. 網路社群的經營定位與目標? D1：<u>之前在網路上面經營的我的目標是希望很多人看到它，今年有沒有場不重要，大家可以看到說我的存在，這是當初設定的一個目標。那我現在沒在經營了，我都放在那裡沒在動。</u></p>	<p>在網路上面經營的我的目標是希望很多人看到它，今年有沒有場不重要，大家可以看到說我的存在，這是當初設定的一個目標。 (D1-2-4-1)</p>
<p>5. 對網路社群經營的未來規劃與遠景?</p>	<p>我認為我多去接觸一些上游的廠商，讓那些人多了解我、多知道我之後我再去</p>

<p>D1：<u>未來喔!我認為我多去接觸一些上游的廠商，讓那些人多了解我、多知道我之後我再去經營網路，因為等到我在外面跑得比較多了，大家知道說 Ray Musician 商務活動樂團存在，那我再去經營一個網路，大家才會去搜尋，我不希望一個東西放在那裡叫別人去搜尋，我希望別人自己去搜尋。</u></p>	<p>經營網路，因為等到我在外面跑得比較多了，大家知道說 Ray Musician 商務活動樂團存在，那我再去經營一個網路，大家才會去搜尋。</p> <p>(D1-2-4-2)</p>
<p>三、異業聯盟方面</p>	
<p>1. 貴團體是否與哪些不同產業進行跨業團體結盟合作?</p> <p>D1：<u>餐廳啊。目前在嘉義的話，如果做活動的話是校園啦，南華啊就南華、嘉大的教育系，然後還有北港高中，還有那個吳鳳科技大學，這是有活動在配合的，就是他們有固定聖誕晚會，或是系上辦的活動。嘉大有兩個校區，一個是教育系的、一個是僑生，他們的僑生有辦自己的僑生活動會來找我，這是有在固定配合的。然後如果是餐廳的話，以前有一家就是那個一葉日本料理，現在沒有配合了。我不想跟餐廳配合是因為餐廳很囉唆啦，因為他們怕你會在那邊、怕你把他們的東西弄壞什麼的，他們會跟你收一些訂金、清潔費之類的，我不喜歡那種感覺。</u></p>	<p>餐廳啊。目前在嘉義的話，如果做活動的話是校園啦，就是他們有固定聖誕晚會，或是系上辦的活動。</p> <p>(D1-3-1-1)</p>

<p>2. 運用哪些模式進行跨業合作?</p> <p>D1: <u>南華大學那邊我是自己去找活動企劃組，我自己去遞名片的啊，然後他有叫我做過簡報。然後其他學校是一開始是，像吳鳳大學是因為我去修車行那邊有一個小弟認識的，他也唸吳鳳，那他就想說那活動可以找我去做，做一次他們喜歡，那之後就有再配合了。</u></p>	<p>南華大學那邊我是自己去找活動企劃組，我自己去遞名片的啊，然後他有叫我做過簡報。然後其他學校，像吳鳳大學是因為我去修車行那邊有一個小弟認識的，他也唸吳鳳，那他就想說那活動可以找我去做，做一次他們喜歡，那之後就有再配合了。</p> <p>(D1-3-2-1)</p>
<p>3. 異業聯盟的效益如何?</p> <p>D1: <u>我覺得效果還不錯，第一件事情是我跟別的行業會有一個默契在，而且還會有一個大家可以互相信任。</u></p>	<p>我覺得效果還不錯，第一件事情是我跟別的行業會有一個默契在，而且還會有一個大家可以互相信任。</p> <p>(D1-3-3-1)</p>
<p>四、資源管理方面</p>	
<p>1. 演出流程安排的基本理念為何?</p> <p>D1: <u>我們在安排上當然是看他們希望什麼我們盡量給他什麼，對，這是最基本的理念，他們受到別人滿意，因為我們畢竟是別人請來的，他們滿意我們就成功。</u></p>	<p>我們在安排上當然是看他們希望什麼我們盡量給他什麼，這是最基本的理念，他們受到別人滿意，因為我們畢竟是別人請來的，他們滿意我們就成功。</p> <p>(D1-4-1-1)</p>
<p>2. 貴團體如何安排、接洽婚禮演出場次與場地?有那些相關考量的因素?</p> <p>D1: <u>我們如果說接洽婚禮的話，當然是問客人說”你們場地在哪裡?”基本上如果是餐廳的話，嘉義就那幾間啦，那幾間餐廳如果很了解的話我們只要跟音響公司說一聲他就大概知道要準備什麼</u></p>	<p>我們如果說接洽婚禮的話，當然是問客人說”你們場地在哪裡?”</p> <p>(D1-4-2-1)</p> <p>考量的因素：外場，外場就是所謂外面露天的，什麼狀況不知道，他當天才搭誰知道，也沒辦法是先知道，那真的是很臨時。</p>

<p>了。</p> <p><u>考量的因素：外場，外場就是所謂外面露天的，什麼狀況不知道，他當天才搭誰知道，也沒辦法是先知道，那真的是很臨時。</u></p> <p>可以事先知道他們的舞台有多大，這可以知道，因為我們會預先問他說”你要幾坪?”</p>	<p>(D1-4-2-2)</p>
<p>3. 貴團體演出的人員是如何招募、訓練，平均年齡層、職業為何?</p> <p>D1：我的團員，我不像一般的樂團說我今天去找固定的一批學生或是一批人，然後去訓練他們、去培養他們。說實在的、講白一點的一句話，我不想讓這些實習生出去破壞別人的婚宴，你懂意思嗎，講白一點就是這樣。所以說我只能在，我多跑了很多間、我多跑了很多個樂團或是很多人找過我、<u>我們長期有在配合的一些人，我們時常就是說大家相聚一下，然後大家保持一個不錯的關係，然後大家需要配合、有需要的時候相挺一下，我們能相挺的部分就是說我說了一句”你來吧”你就來，我們不會問多少錢，就是一個默契。</u></p> <p><u>平均年齡從二十歲到五十歲都有，尤其是那個四、五十歲的都很強，一些爵士老頭很厲害。</u></p>	<p>我們長期有在配合的一些人，我們時常就是說大家相聚一下，然後大家保持一個不錯的關係，然後大家需要配合、有需要的時候相挺一下，我們不會問多少錢，就是一個默契。</p> <p>(D1-4-3-1)</p> <p>平均年齡從二十歲到五十歲都有，尤其是那個四、五十歲的都很強。</p> <p>(D1-4-3-2)</p> <p>他們平均職業有些人有正職的工作，有些人就是專職的職業樂師，也是有學生。</p> <p>(D1-4-3-3)</p>

<p>那他們平均職業有些人有正職的工作，有些人就是專職的職業樂師，也是有學生。那如果說是有職業的，自己有職業的，我有一個琴師，他是在貿易公司上班，他自己有一個貿易公司在工作當會計、一個女生，那他也有出來做場這樣子。然後也是有他是自己開音樂教室，然後他自己也做音響，他又會彈吉他，他那個是神人什麼都做，好像有八隻手一樣，很厲害。</p>	
<p>4. 貴團體平日是否有固定練習的場域? D1：如果說我們有要練團的話，除非有大型活動，如果有大型活動，我們前一個月會搭個一到兩次，因為其實他們已經都做了不知道幾百場了，很專業的一些夥伴，所以說我不會去要求說今天我的場每個禮拜都要來跟我練習，我不會，我會說”大家有大活動，緊張一下，就是說表演前一個月我們來練個兩次”</p> <p>如果要練習的話，我練團室在民雄，我有練團室有個小工作室，固定在那邊練。</p>	<p>如果要練習的話，我練團室在民雄，我有練團室有個小工作室，固定在那邊練。 (D1-4-4-1)</p>
<p>5. 演出者的樂器來源與保養? D1：自己帶、自己保養啊!</p>	<p>自己帶、自己保養啊! (D1-4-5-1)</p>
<p>五、活動創新規劃方面</p>	
<p>1. 創新的演出型態與模式定位的理</p>	<p>第一個前提還是要看客人接不接受，以</p>

<p>念?</p> <p>D1：比較不一樣的地方喔，這很難講，因為我們所有活動都要看客人像怎麼樣、像要做什麼，所以說如果我們有新的想法我們當然是提供給他知道，要問他自己願不願意接受，比如說可能婚宴上我們會有不同形式，比如說不同的小遊戲，我們去創新說可以做一些什麼不同的遊戲，或者是有什麼樣的新歌，但是<u>第一個前提還是要看客人接不接受，以客人為主，所以不能說我們想要新規畫就新規劃</u>，不行。</p>	<p>客人為主，所以不能說我們想要新規畫就新規劃。</p> <p>(D1-5-1-1)</p>
<p>2. 貴團體的活動創新規劃有哪些?</p> <p>D1：有，<u>通常我們在婚宴上面，我們讓客人們，雖然說這是一個很正式的活動，但是我們不會去想說那個活動行不行，那個活動就是算是有一點賭博性質啦</u>，但我覺得如果今天大家聚在一起開心的話，那就覺得可以，怎麼賭，我們就讓客人進場的時候，如果你想玩的話，我們就讓客人在一百塊上面寫上你的電話，大家把錢聚在一起等新郎新娘抽出來，打個電話過去，這一桶就是你的了，這是小小的賭，<u>這不太敢做是因為它是賭博的東西，太公開不太好，可是說真的效果還不錯，這是一個我覺得還蠻創新的東西。</u></p>	<p>通常我們在婚宴上面，我們讓客人們，雖然說這是一個很正式的活動，但是我們不會去想說那個活動行不行，那個活動就是算是有一點賭博性質啦! 這不太敢做是因為它是賭博的東西，太公開不太好，可是說真的效果還不錯，這是一個我覺得還蠻創新的東西。</p> <p>(D1-5-2-1)</p>

<p>3. 活動創新規劃的執行度與民眾的接受程度?</p> <p>D1: <u>我覺得還不錯。</u></p>	<p>我覺得還不錯。</p> <p>(D1-5-3-1)</p>
<p>六、未來發展</p>	
<p>1. 如何提昇婚禮演出團隊的產業價值?</p> <p>D1: <u>我覺得所謂的一些樂師公會真的要重視這些問題，因為有樂師公會的存在，但是我認為他們就事都在做自己，他們做好自己就好，或是說他們公會的人員管好就好，可以他們不知道今天出來接場的一些活動、費用，就是說他們自己講價錢啊，大家不是說亂報就是抱太高，不然就是削價競爭”他那麼高，那我降一點點”結果越降越多、越降越多，一家比一家低。所以說我認為它是需要被重視的，因為它不被重視，大家才胡搞瞎搞，因為沒有人裡它嘛!所以我覺得說它應該被重視才会有它的價值在，大家才會知道說這個樂團的存在是一個價值，要不然大家如果都認為說”不過是一個團，我隨便找幾個人，便宜嘛，有錢賺”隨便亂混就過去啦!我覺得這樣子就失去它的價值了，我認為它需要有個人去統籌，它才會去提昇它的一個價值。</u></p>	<p>我覺得所謂的一些樂師公會真的要重視這些問題，就是說他們自己講價錢啊，大家不是說亂報就是抱太高，不然就是削價競爭”他那麼高，那我降一點點”結果越降越多、越降越多，一家比一家低。所以說我認為它是需要被重視的，因為它不被重視，大家才胡搞瞎搞，因為沒有人裡它嘛!所以我覺得說它應該被重視才会有它的價值在，大家才會知道說這個樂團的存在是一個價值，要不然大家如果都認為說”不過是一個團，我隨便找幾個人，便宜嘛，有錢賺”隨便亂混就過去啦!我覺得這樣子就失去它的價值了，我認為它需要有個人去統籌，它才會去提昇它的一個價值。</p> <p>(D1-6-1-1)</p>
<p>2. 對婚禮樂團未來的發展建議</p>	<p>我覺得婚禮樂團可以再多元化一點，所</p>

<p>D1：<u>我覺得婚禮樂團可以再多元化一點，所謂多元化是說我們不要侷限在今天就是一個樂師、一個琴師、一個主持在那邊唱歌、表演，我覺得第一個，對自己的表演技術提昇之外，我覺得還可以更創新，創新可能就是說跳跳舞啊，或是說跟客人的互動可以更多。</u>這是我認為如果說未來如果要讓大家都知道你今天樂團的存在，我覺得是必要的，這是必要的。我覺得真的，第一件事情，大家互相尊重，為什麼要尊重?你要尊重專業，什麼是專業就是說硬體歸硬體，你是做音響的你要去尊重他，有些人去做場的時候，這就是我講的第一點，有些人去做場的時候就是”我是樂師”音響就是弄好我就會很屌，我覺得第一件事情就是要尊重專業，不然就是東嫌西賢的，我覺得沒有必要，就算他今天再不好他就是這樣子了嘛，你還想怎麼樣呢，<u>我覺得第一件事情大家學會互相尊重</u>，但是說我今天如果接到別人的場子，如果說碰到不太流利的樂手，或是說不太會的，我覺得沒有必要說去講他怎麼樣，因為我覺得在婚禮這一塊太多人了，那太多就是說他講他怎麼樣、他抨擊他怎麼樣，我不知道為什麼要這樣子做，今天這樣子做工作也不會比較</p>	<p>謂多元化是說我們不要侷限在今天就是一個樂師、一個琴師、一個主持在那邊唱歌、表演，我覺得第一個，對自己的表演技術提昇之外，我覺得還可以更創新，或是說跟客人的互動可以更多。</p> <p>(D1-6-2-1)</p> <p>我覺得第一件事情大家學會互相尊重，第二件事情就是我認為價錢的東西需要統一。</p> <p>(D1-6-2-2)</p>
---	--

多，我覺得這些事情是非常沒有必要，這真的要改變的。第二件事情就是我認為價錢的東西需要統一，我認為它可以去既定一個範圍，如果你今天是一個樂師，你可能工作時數是多少，你可以領到多少錢，你超時多少，你可以領到多少錢，我覺得這是要規定的，因為太混亂啦，如果有些人講說一場要兩千，另一個人他說從頭到尾都不知道行情的”兩千讓你做”OK 好啊好啊。像我以前剛開始出來做的時候，有一個樂團老闆真的很過分，他給我五百塊一場，我什麼都不懂的時候，五百塊這樣，我還是做啊，因為沒有試過嘛!就是白老鼠就比較便宜，但人家也是人，我是覺得說不能這樣子對待別人。然後還有一個就是說，你今天一個樂團幾個人一組，或者是說幾個樂師、什麼樣的樂器，我覺得他要有一個固定的價錢存在，不然你都去跟客人亂說、騙人，說謊我覺得沒有必要，為了賺那些錢你今天失去了一個客源，我覺得真的沒有必要。那不要讓這些誤會產生，我覺得第一個當然是有人去控制嘛，有人去把持把關，這樣子當然是比較好，就像是藝人他們有一個經紀公司在，他們有他們的行情，我認為婚禮樂團也是一樣，雖然我們不是在

電視上表演，但是我們也是在外場做走場藝人，我們也算是藝人的一種，但是就是沒有人去規範它，我覺得非常混亂，如果說有人去把它規範、統籌起來，我覺得會非常的好，這是一個非常好的職業。



訪談對象編號 E1

訪談日期與時間：103 年 11 月 07 日，下午 15：00 ~15：30

訪談對象職務：團長

訪談地點：愛爾堡幼兒園

訪問方式：開放式訪談錄音

訪談逐字稿內容	編碼分析
一、品牌經營方面	
<p>1. 成立宗旨與理念</p> <p>E1：其實我那時候會成立是<u>因為金融風暴</u>，那金融風暴就是老師他們沒有財源，<u>然後一些老師他們就沒有工作</u>，所以我們才會再另外成立這個樂團，讓他們有多一份另外的收入，我們主要是因為這樣子才開始做的。</p>	<p>因為金融風暴，然後一些老師他們就沒有工作，所以我們才會再另外成立這個樂團。</p> <p>(E1-1-1-1)</p>
<p>2. 品牌特色如何定位?</p> <p>E1：我自己取的，我想說百年好合，所以就想取一個名字，然後讓大家能夠印象深刻，所以我就取百合。那百合我有給它做商標的設立和立案。</p> <p>特色喔，我們大概就是因為以前都是脫衣舞啊那些，那我們要區隔就跟他們不一樣，我們有不一樣的質感，所以我們都穿禮服，除了禮服之外的，我們也會幫他做一些不一樣的橋段設計，增加了除了樂團的演出之外，我們還有一些專業的主持，包括流程的那些橋段，</p>	<p>我自己取的，我想說百年好合，所以就想取一個名字，然後讓大家能夠印象深刻，所以我就取百合。</p> <p>(E1-1-2-1)</p> <p>百合我有給它做商標的設立和立案。</p> <p>(E1-1-2-2)</p> <p>因為以前都是脫衣舞啊那些，那我們要區隔就跟他們不一樣，我們有不一樣的質感，所以我們都穿禮服，除了禮服之外的，我們也會幫他做一些不一樣的橋段設計，增加了除了樂團的演出之外，我們還有一些專業的主持，包括流程的</p>

<p>我們就會特別的再幫他設計過，所以讓他的婚禮就有客製化的一個演出。所以遇到每個人的需求都會幫他做不一樣的安排，我們大家是因為這樣子才做的。</p>	<p>那些橋段，我們就會特別的再幫他設計過，所以讓他的婚禮就有客製化的一個演出。</p> <p>(E1-1-2-3)</p>
<p>3. 經營設計與內容</p> <p>E1：我們就網上啊，不然就是我們不是有做一個廣告嘛，然後就 FB 啊，那還有一些活動，那其實我都是去做義工、去做宣導這樣子。<u>最重要的我覺得是現場做的口碑好，然後去做的那個效果會更好，像搭名片啊。</u></p>	<p>最重要的我覺得是現場做的口碑好，然後去做的那個效果會更好。</p> <p>(E1-1-3-1)</p>
<p>二、行銷策略方面</p>	
<p>1. 貴團體如何訂出價格標準?</p> <p>E1：<u>我們剛開始訂好高喔!我們剛開始就是訂一個人的價格就是要五千塊以上，因為我們演出的場時間很長，那後來時間也變成縮短，大概兩個半小時，那所以時間原則上我們訂的價錢就是一個樂手就是四千到五千，那實際給老師的部分大概三千左右。我覺得這樣子的薪水很高，比一般的都還高，那就看怎麼去訓練這些老師。</u></p>	<p>我們剛開始就是訂一個人的價格就是要五千塊以上，因為我們演出的場時間很長，那後來時間也變成縮短，大概兩個半小時，那所以時間原則上我們訂的價錢就是一個樂手就是四千到五千，那實際給老師的部分大概三千左右。</p> <p>(E1-2-1-1)</p>
<p>2. 貴團體是否提供優惠活動?對於整體收入有何影響與效益?</p> <p>E1：有，<u>我們都有不一樣的優惠，我們每一個時期都會送棉花糖、會送對杯，</u></p>	<p>我們都有不一樣的優惠，我們每一個時期都會送棉花糖、會送對杯，然後會送樂手啊，或是你要幾團就有幾團，我們就有另外的互惠啊，還有蛋糕塔、香檳</p>

<p>然後會送樂手啊，或是你要幾團就有幾團，我們就有另外的互惠啊，還有蛋糕塔、香檳塔就是另外推出不一樣的優惠，就是你要有很多的創新、創意。</p> <p>像這樣子的你營業額一定會增加啊，而且他會覺得別人沒有、你有送。</p>	<p>塔就是另外推出不一樣的優惠，就是你要有很多的創新、創意。</p> <p>(E1-2-2-1)</p> <p>營業額一定會增加啊，而且他會覺得別人沒有、你有送。</p> <p>(E1-2-2-2)</p>
<p>3. 宣傳設計形式的主要管道為何?以何種宣傳型式效果最好?</p> <p>E1：<u>我就是用網站，我都是自己做網站去做，也沒有說特別做什麼樣的耶，但是就是現場的那個氣氛啊，那個口碑的傳導我覺得很重要，就是你做好，客人就會去幫你做介紹，像我們現在做很久了，現在做四年了，我們其實才成立大概四年，那在這四年當中，後面的客人都是一直在回流，所以有回流的客人就是代表你之前做的好才有辦法回來，那沒有的話他們可能都跑掉了，可能就一</u> <u>直散出去了。</u></p>	<p>我都是自己做網站去做，也沒有說特別做什麼樣的耶，但是就是現場的那個氣氛啊，那個口碑的傳導我覺得很重要，就是你做好，客人就會去幫你做介紹。</p> <p>(E1-2-3-1)</p>
<p>4. 網路社群的經營定位與目標?</p> <p>E1：<u>就是要讓他知道我們的動向，是不是現在有做到什麼樣的演出，然後還有跟客人的互動。</u></p>	<p>要讓他知道我們的動向，是不是現在有做到什麼樣的演出，然後還有跟客人的互動。</p> <p>(E1-2-4-1)</p>
<p>5. 對網路社群經營的未來規劃與遠景?</p> <p>E1：<u>那只是讓客人知道我們還有在生存、有一直在做，因為他們會看啊，他</u></p>	<p>讓客人知道我們還有在生存、有一直在做，我們的網站也大概都是趨向這樣子，所以我每一場的部分，我都有幫它做一個整理，就像一個粉絲的管理。</p>

<p>們可以看到以前的，幾年前的其實他都可以看的很情楚，所以他就會知道你演出的經驗、你的場次，他們累積下來的。所以我們的網站也大概都是趨向這樣子，所以我每一場的部分，我都有幫它做一個整理，就像一個粉絲的管理。</p>	<p>(E1-2-5-1)</p>
<p>三、異業聯盟方面</p>	
<p>1. 貴團體是否與哪些不同產業進行跨業團體結盟合作?</p> <p>E1：<u>我有做化妝品、美容的保養品，還有做一個酒的代言，就是大陸的那個酒我幫他做代言，還有百合生物科技，所以我們現在還有在做轉型，就是都有在做，因為樂團已經差不多都是這樣，已經做蠻穩定了，那這個是做另外一個的。</u></p>	<p>我有做化妝品、美容的保養品，還有做一個酒的代言，所以我們現在還有在做轉型，就是都有在做，因為樂團已經差不多都是這樣，已經做蠻穩定了，那這個是做另外一個的。</p> <p>(E1-3-1-1)</p>
<p>2. 運用哪些模式進行跨業合作?</p> <p>E1：<u>餐廳喔，其實餐廳不好弄，餐廳我們進去的話，你像嘉義他沒有那個市場，之前我都想說跟人家餐廳說多少你就多少然後我們就做樂團，但是餐廳他們不願意花這些成本，所以頂多就是他會幫你介紹，然後你自己再去接洽，目前嘉義市這樣，但是北部就沒有，北部我們那邊的話我還有其他的老師他們就接完之後就跟他們收固定的，所以主持人我們就是固定的主持人，你大概一場</u></p>	<p>其實餐廳不好弄，餐廳我們進去的話，你看嘉義他沒有那個市場，之前我都想說跟人家餐廳說多少你就多少然後我們就做樂團，但是餐廳他們不願意花這些成本，所以頂多就是他會幫你介紹，然後你自己再去接洽，目前嘉義市這樣，但是北部就沒有，北部我們那邊的話我還有其他的老師他們就接完之後就跟他們收固定的，所以主持人我們就是固定的主持人，你大概一場辦了二十桌，那我們就是做固定配一個主持人給你，所</p>

<p><u>辦了二十桌，那我們就是做固定配一個主持人給你，所以北部跟中部都有主持這樣子，只有嘉義沒辦法這樣，目前是沒有辦法。</u></p>	<p>以北部跟中部都有主持這樣子，只有嘉義沒辦法這樣，目前是沒有辦法。 (E1-3-2-1)</p>
<p>3. 異業聯盟的效益如何? E1：<u>我覺得不錯啊，因為相對的老師的收入就穩定了啊，他們就固定的工作了，那你沒有你就去洽談當中，有跟沒有還是有一半的機率啊。</u></p>	<p>我覺得不錯啊，因為相對的老師的收入就穩定了啊，他們就有固定的工作了。 (E1-3-3-1)</p>
<p>四、資源管理方面</p>	
<p>1. 演出流程安排的基本理念為何? E1：<u>我們主要就是第一個你就要有樂團的特色、老師的桌邊演奏秀，那客人的部分你就看他、依照他的需要然後做不一樣的，結婚跟歸寧也有不一樣的方</u> <u>式，所以我們就要有不一樣的安排，然後再來就是你要有特別的主持的風格，那個也是很特別，就每個人的風格不一</u> <u>樣，那也許你講國語台語甚至是有些英文，像外國人他們的風俗習慣不一</u> <u>樣，所以你的特色特點又不</u> <u>一樣，所以它會有差異。</u></p>	<p>我們主要就是第一個你就要有樂團的特色、老師的桌邊演奏秀，那客人的部分你就看他、依照他的需要然後做不一樣的，結婚跟歸寧也有不一樣的方 式，所以我們就要有不一樣的安排，然後再來就是你要有特別的主持的風格，那個也是很特別，就每個人的風格不一 樣，那也許你講國語台語甚至是有些英文，像外國人他們的風俗習慣不一 樣，所以你的特色特點又不 一樣，它會有差異。 (E1-4-1-1)</p>
<p>2. 貴團體如何安排、接洽婚禮演出場次與場地?有那些相關考量的因素? E1：<u>我們會看他是在餐廳、在戶外，那戶外是流水席還是戶外的自助那種高級</u></p>	<p>我們會看他是在餐廳、在戶外，那戶外是流水席還是戶外的自助那種高級的又不一 樣啦，還是他是做田園式的，所以那個有很多很多的細節，就是要看客人</p>

<p>的又不一樣啦，還是他是做田園式的，所以那個有很多很多的細節，就是要看客人的需要，然後我們可能要配置音響啊、幫他做什麼樣的規劃、是不是要有證婚儀式?有的是要有教堂，那教堂就在教堂裡面辦婚禮又有不一樣的儀式，還有的是傳統的他要拜拜啊、用個佛堂啊，那佛堂你也要想說要用什麼樣的方式去跟他做呈現，不然你會覺得很奇怪，結婚怎麼一個佛堂在那裡，我們也都有。所以說就是客人的部分，我們要聽他的需求去做變化。</p> <p>場次就這樣接，都會有耶，因為我們就是都還蠻成熟期了，所以就一直在回流的部分，他們說我們做的很好就會在連絡都會有。</p>	<p>的需要。 (E1-4-2-1)</p>
<p>3. 貴團體演出的人員是如何招募、訓練，平均年齡層、職業為何? E1：<u>我們原本是我們裡面的音樂教師啦，因為我自己有開一個補習班，音樂教室的音樂老師開始做，然後做完後，現在慢慢的就跟比較向外面，但他們不是音樂系，但是他們對這個音樂演奏的樂器的技巧很深了，但是他們都是年紀比較大，所以我們分散走的，一個是本科系的、一個是非本科系的、一個是學生的族群，那這些學生的族群比較受喜</u></p>	<p>我們原本是我們裡面的音樂教師啦，因為我自己有開一個補習班，音樂教室的音樂老師開始做，現在慢慢的我們分散走的，一個是本科系的、一個是非本科系的、一個是學生的族群。 (E1-4-3-1) 我們都有老師團練。沒有固定每個禮拜，我們要看他的程度，如果他是新人的話我們會有很多時間一定要讓他練習，甚至我們晚上這邊有廟會的表演，那個就是不收錢的，但是我就是要跟他</p>

<p>歡因為他們年輕，可是他們沒有經驗。</p> <p><u>我們有團練，都有老師團練。沒有固定每個禮拜，我們要看他的程度，如果他是新人的話我們會有很多時間一定要讓他練習，甚至我們晚上這邊有廟會的表演，那個就是不收錢的，但是就是要跟他們訓練，那平常他們就有團練，老師就會來跟他們練習，我們幾乎一個禮拜都兩、三次，那舊的團員就不需要了，因為舊的他們已經很熟悉了，給他譜再偶爾會套一下譜，所以我們就分很多不一樣的方式去訓練那些老師。</u></p> <p>我們大概都三十歲左右。其實他們大家都是老師了、兼職的，不然就是像我跟你講的他們就是年紀比較大了，就是街頭藝人啊，那也許他們現在顧小孩、孫子了。那學生的話也有，其他的部分就是像我們現在在幼稚園教小朋友，不然就是在音樂教室教授鋼琴，大概都是這樣而已。</p>	<p>們訓練，那平常他們就有團練，老師就會來跟他們練習，我們幾乎一個禮拜都兩、三次，那舊的團員就不需要了，因為舊的他們已經很熟悉了，給他譜再偶爾會套一下譜，所以我們就分很多不一樣的方式去訓練那些老師。</p> <p>(E1-4-3-1)</p>
<p>4. 貴團體平日是否有固定練習的場域?</p> <p>E1：<u>有，我們這裡還有百合，我們有兩個地方。</u></p>	<p>我們這裡還有百合，我們有兩個地方。</p> <p>(E1-4-4-1)</p>
<p>5. 演出者的樂器來源與保養?</p> <p>E1：<u>都是老師他們自己要自備，我們只有音響的部分我們自己有，我們自己有</u></p>	<p>都是老師他們自己要自備，我們只有音響的部分我們自己有，我們自己有購買音響。</p>

購買音響。	(E1-4-5-1)
五、活動創新規劃方面	
<p>1. 創新的演出型態與模式定位的理念?</p> <p>E1: <u>我們要看客人的需要，還有場地</u>，如果說他在外面，那蠟燭就不適合啊，所以很多東西都要搭配，要搭適合的地方，然後做不一樣的展現，有時候我們會拿燭台進來，但如果外面風一吹就會熄了，那也不行。</p>	<p>我們要看客人的需要，還有場地。</p> <p>(E1-5-1-1)</p>
<p>2. 貴團體的活動創新規劃有哪些?</p> <p>E1: 有啊，<u>就是每個遊戲啊。遊戲的部分會做不一樣的安排，比如說他的證婚儀式我們有不一樣的去跟它做穿插，那像他們有同心燭，那我們就要想一個話”永結同心”啊，像蛋糕塔那種甜甜蜜蜜的感覺，然後有香檳塔那個我們都有，那你就變換不一樣的，不一樣的遊戲方式很多耶。</u></p>	<p>就是每個遊戲啊。遊戲的部分會做不一樣的安排，比如說他的同心燭、蛋糕塔、香檳塔。</p> <p>(E1-5-2-1)</p>
<p>3. 活動創新規劃的執行度與民眾的接受程度?</p> <p>E1: <u>我覺得很好耶，就是因為我們有這樣子的創新才會變化很多，才會源源不斷。</u></p>	<p>我覺得很好耶，就是因為我們有這樣子的創新才會變化很多，才會源源不斷。</p> <p>(E1-5-3-1)</p>
六、未來發展	
<p>1. 如何提昇婚禮演出團隊的產業價</p>	<p>我覺得很難，因為客人要求的不會，他</p>

<p>值?</p> <p>E1：<u>我覺得很難，因為客人要求的不會，他們只有兩、三個小時的時間，然後你要把它拉到那個頻率，因為他要撿便宜，所以現在的質會越來越差，因為他們只要有就好了，所以甚至有一些他們只要音樂就好，因為他們會很講究這個部分才會有可能，不然它還是一樣，它要拉到一定的程度才有可能做到。</u></p>	<p>們只有兩、三個小時的時間，然後你要把它拉到那個頻率，因為他要撿便宜，所以現在的質會越來越差，因為他們只要有就好了，所以甚至有一些他們只要音樂就好，因為他們會很講究這個部分才會有可能，不然它還是一樣，它要拉到一定的程度才有可能做到。(E1-6-1-1)</p>
<p>2. 對婚禮樂團未來的發展建議</p> <p>E1：太多了，你看我們這裡的老師至少二、三十個都跑出去自己組另外一個團了嘛，所以你的團已經又開始又下去了嘛，我們是一團而已，後面的部分很多，所以我說他們的價值是會越來越低的，而且他們的主持是不一樣的，除非個人做的不錯，他要你的東西是什麼，然後那個東西才會幫你做價值的判斷，<u>因為每個人的價值判斷是不一樣的，所以他有他的特質，那這團有這一團的特質，每一團的特質都不一樣，只有展現不一樣的特色來讓客人去喜歡你，那客人喜歡什麼樣的團那都是不一定的。那他們分團是分團但是它們不會演奏、他們不會主持，我下面那些人他們唯一的缺點就是他們都會拉，可是不會主持，不會去接洽、不會去做一些，所以這些部分</u></p>	<p>因為每個人的價值判斷是不一樣的，所以他有他的特質，那這團有這一團的特質，每一團的特質都不一樣，只有展現不一樣的特色來讓客人去喜歡你。(E1-6-2-1)</p> <p>在經營模式上面就是在一個團體經營在未來上如果他們要存在的話，我覺得要看他們的心態，我覺得心態很重要，因為他們就是要做才會做嘛。(E1-6-2-2)</p>

我也沒有跟他們教，所以有很多東西我們還有辦法生存是因為我還有掌握那個頭頭，他們還沒有辦法做，所以我不會全部去教，因為每個老師你們的職責就是做那些，我就不會再叫他們去學其他的東西，所以我們還有辦法生存的原因是這樣，要不然早就被排除了，真的是這樣啊，社會是很現實的，那他們我們也沒有去擋他的財路，他當然也是可以各自去發展，那相對的，我們做的東西就是他們沒有辦法做到的，所以還有客人持續的介紹我們去做，我們現在一年也是有大概兩百場的演出耶，我們的演出還是蠻多的。

那在經營模式上面就是在一個團體經營在未來上如果他們要存在的話，我覺得要看他們的心態，我覺得心態很重要，因為他們就是要做才會做嘛，如果他們就是不想做，就不可能會有成立，然後再來就是他們的凝聚力，可能那幾個朋友都要能夠一起做，然後再來就是要有錢賺，沒有錢他們就也不要，他們就可以去做別的啊，所以說很現實都是這樣，我是比較直接就是現在的社會都是這樣。