

一百零二年度旗艦型流行音樂製作與整合行銷產業促進計畫獲選名單、獲選理由及補助金比例

旗艦類型：獲選名額 11 名，每名補助金額新臺幣 600 萬元

獲選公司	獲選理由	獲選企畫專輯製作及演唱人	補助金比例
亞神音樂娛樂股份有限公司	所提 2 件作品之演唱者均曾獲金曲獎肯定，不僅為創作藝人，且為實力派歌手，其作品兼具硬地精神及流行元素，並與個人特色相得益彰，品牌形象鮮明，本次最新創作方向及作品，值得期待。	1. 王治平/楊乃文 2. 蔡健雅/蔡健雅	27.27%
環球國際唱片股份有限公司	企劃案所提演唱者在創作、聲線、外型均具特色，甚具潛力，本次由多位經驗豐富之音樂製作人組成製作團隊，就其個人特色，製作融合國際曲風及華語音樂特色的作品。 另一案所提團體組合之作品，與不同領域代表「跨界」合作，激盪出特異的火花和效果，同時將音樂與視覺影像結合之呈現方式，在現今流行音樂界頗具獨特性，其以擅長之視覺影像彌補高額經費方能達成之行銷效果，殊值嘉許。	1. 陳子鴻、邁可林、TERRY LEE、大文／王大文 2. 李伯恩、阿達（昌璟翔）、阿弟仔、廖偉傑/自由發揮	27.25%
擎天娛樂事業股份有限公司	民歌已沉寂許久，終於再現其創作及聲音，21 世紀的民歌似可以此種方式再造民歌風潮、成就世紀新民歌運動。尤其在高中階段具創作力之新生代所創造出新的民歌，更可往下紮根，在現今流行音樂界另起一清新風格，獨特之音樂品牌特性已成雛型，品牌建立，未來可期。 另所提 3 人女子團體，舞蹈面向完備、基礎訓練紮實，其完全來自街頭之生命力，在將來的流行音樂歌壇，潛力無窮。 規劃之以產帶學計畫係由該公司帶領 30 所學校、超過百名學生共同參與詞曲創作、編曲、樂器演奏、演唱、影	1. 陳國華、蔡科俊、陳建瑋、蔡政勳、歐冠廷/自創畢業歌團隊 2. 陳國華、蔡科俊、陳建瑋、蔡政勳、歐冠廷/林正、鄭宇伶、劉佳銘、蘭馨 3. 陳國華、蔡科俊、陳建瑋、蔡政勳、歐冠廷/章婉兒、程依芸、吳奕萱	46.05%

	視創作、文字編輯、行銷企劃等過程，體會見證專業製作團隊的實際操作，累積經驗，帶回校園，可為流行音樂界培育新血。		
角頭文化事業股份有限公司	老樂團藉由公益紀錄片重新定位找到生命力，原住民樂團則融合南島音樂，創造原住民音樂新內涵，呈現其獨特音樂性。2 組作品市場定位均清楚，對產品未來走向規劃完備、清晰：四分衛規劃行銷大陸市場，查勞·巴西瓦里則規劃行銷南島市場。	1. 四分衛、劉詩偉/四分衛 2. 查勞、 KILEMA/查勞·巴西瓦里	48.20%
彎的音樂有限公司	本企业劃案所提作品之音樂具單純、夢想、真善美之特性，有兒童赤子心之畫面，具備音樂基本元素。在行銷規劃上，藉由高純真度之原創音樂結合視覺之大量演出，甚具吸引力。	1. 許哲珮、林揮斌、陳建良/許哲珮 2. 陳建良/旺福樂團	45.51%
無限延伸音樂事業有限公司	規劃將台語流行音樂創作融入 BASANOVA 風格，並邀請多位曾獲金曲獎肯定之音樂人參與創作，跳脫過往台語歌較苦情的色彩，曲風輕鬆，可帶給社會更祥和及輕鬆感。另一作品則為輕民謠、新爵士，具時尚和傳統撞擊的創新性，將台語老歌賦予新的精神。	1. 陳建寧、蕭閔仁、謝文德/蕭閔仁 2. 陳建寧、蕭煌奇、林尚德/李嘉（李愛綺）	47.24%
華研國際音樂股份有限公司	該公司對於藝人的經營，擅於偶像塑造及全方位規劃，本次所提 2 件作品之企畫，市場定位精緻，歌手品牌定位亦很清楚，一件定位在異國情調品牌形象，目前國內較少類此產品，另一件內容更較該演唱者前 2 張專輯提升，並強化偶像魅力與個人特質，可為組合團體成員單飛後成功之佳例。	1. 王治平、陳佳明/Olivia（王儷婷） 2. 王治平/田馥甄	23.17%
風潮音樂國際股份有限公司	風潮長期經營心靈、民族、跨界等音樂有顯著之成績，該公司以獨特的通路行銷歌手，維持實體高銷售量，值得其他業者參考。本次提案之客語音樂作品，規劃將演唱者此類客語範疇之歌手，包裝推廣成為全民文化性歌手。所提另一件為原住民音樂作品，	1. 林生祥、鍾永豐、鍾適芳/林生祥 2. 陳冠宇/以莉高露	45.70%

	其兼具原住民與大眾流行音樂元素，在該演唱者已獲金曲獎肯定之基礎下，更可看好其發展，同時也可在流行音樂中傳播原住民文化，其作品堪稱為最跨界的原住民自然、人文的多元素材音樂。		
福茂唱片音樂股份有限公司	提案之3件作品製作企劃係針對藝人特質擬訂行銷計畫，強化歌手品牌，整合行銷策略規劃完整，結合跨業活動，應可有效創造產值及知名度。	1. 蔡尚文/韋禮安 2. 吳大衛/李唯楓 3. 蔡尚文/郭靜	15.92%
大吉祥整合行銷有限公司	提案作品規劃台語及國語雙CD，同時出版該演唱樂團成長傳記書，將新書與新專輯簽唱會結合，並舉辦搖滾進香團及演唱會配合宣傳，具行銷創意；另並至美國專業錄音室與專業音樂人合作，展現拓展國際之企圖心。 另一案為原住民音樂作品，規劃結合音樂、觀光、文化，不僅可以擴大原住民音樂影響力，並可帶動當地經濟價值，足為典範。	1. 董事長樂團/董事長樂團 2. 舒米恩魯碧/舒米恩魯碧	48.39%
人人有功練音樂工作室	該公司所提饒舌曲風之作品具有階段性用饒舌改變世界之企圖心，規劃向國際發展，本次主題「不聽」具當代社會自省的力量，並計劃與英、美等國家音樂人士合作，引進國外資源，朝向國際跨國合作發展。 另件作品有嘻哈的犀利和直接，亦兼具溫柔文青的混搭，係街頭饒舌和文青嘻哈的綜合，獨具一格。	1. 大支（曾冠榕）/大支（曾冠榕） 2. 大支（曾冠榕）/小人（黃偉豪）	47.16%

新人類型：獲選名額5名，每名補助金額新臺幣350萬元

獲選公司	獲選理由	獲選企畫專輯製作及演唱人	補助金比例
滾石國際音樂股份有限公司	該名演唱者於選秀節目表演，受到關注，其音樂具未來及跨國可能性，期待以其在韓國多年的音樂經驗，與台灣流	Jae Chong/孫盛希	43.75%

公司	行音樂結合能有新的火花出現，且其音色聆聽性很高，具備開發的潛力。		
美妙音樂股份有限公司	美妙音樂公司對該名演唱者規劃完備之長期訓練，經過4年之培植，該名藝人之養成已然成型，該公司對歌手品牌建立之企圖心，值得寄予厚望。本次所提之專輯企劃更針對其個人特色設計，以展現其歌唱及舞蹈實力。	林邁可、李偲菘、王治平、陳小霞、馬毓芬/小樂（吳思賢）	25.64%
福茂唱片音樂股份有限公司	本案為演唱者陳妍希之首張個人創作，其中有95%為其個人作品，以文字及音樂記錄其從小到大的故事，在行銷上，具話題性，助於個人品牌之強化。另所規劃「沈佳宜返校日」與學生分享其音樂創作，並與服裝設計、視覺傳達、廣電、多媒體動畫等科系學生合作，設計陳妍希音樂會表演服裝及相關多媒體呈現，作為以產帶學之回饋計畫，可蓄積人才能量。	王振宇、王希文、許哲珮、劉偉德/陳妍希	27.56%
喜歡唱片股份有限公司	該名演唱者自選秀節目中脫穎而出，其極酷個性化的個人品牌形象塑造，符合市場策略規劃，其市場定位清楚，涵蓋上班族及文青。聲音辨識度高，除具優質唱功外，亦具備創作能力，且現場演出吸引人並具震撼力。	陳子鴻、楊鈞堯/管罄	43.37%
這虎音樂工作室	本案所提演唱者陳以岫於現場演唱不怕場、一鳴驚人之表演，具大將之風，深具開發潛力。本次作品規劃以遊戲、童趣行銷方式，符合作品構想，並善用網路之擴大效果及網路行銷模式，值得鼓勵。	王繼康、蔡科俊、趙家駒/陳以岫	45.99%

以下空白