



升鼓事業股份有限公司

地址：彰化縣和美鎮太平路511巷100號

電話：(04) 756-7749

網址：<http://www.xm-world.com/>

鼓聲響起 傳遍全世界

## 升鼓創新XM電子鼓 盡情敲打不喧囂

才三十出頭的升鼓事業總經理謝朝盈，年紀不大，落實夢想的勇氣卻不小，從高中時期參加社團打鼓，激盪出要做適合現代人玩樂的鼓樂器念頭，一路跌跌撞撞。現在，他自創品牌的「XM 電子鼓」系列產品，傲視全球，升鼓成為一家兩年賺一個資本額的公司。



撰文／林麗美  
攝影／李昌元

## 挑戰有真實感又不喧囂的鼓

一頭栽進鼓的世界，謝朝盈說是「無心插柳，柳成蔭」。高中參加社團打鼓，竟打有興趣來，但畢業後他想出國深造，「從小我就被教育凡事靠自己。」為了籌錢出國念書，服了4年志願兵役，存了200萬元，他開玩笑說：「年輕人不一定要去澳洲當台勞，在台灣也可以賺錢。」

不過，事與願違，退伍後遭逢經濟不景氣，出國不成，他一面當業餘鼓手，一面教打鼓兼賣鼓，只是賣出去的鼓經常被退貨：「老師，家人說我打鼓太吵，不准打。」  
「老師，昨天警察找上門，是鄰居檢舉我家太吵。」謝朝盈不禁在心中吶喊：喜歡打鼓的人很多，最終能打一手好鼓的人卻不多，不是因為努力不夠或毅力不足，而是受到空間與時間的限制，讓人無法盡情的打擊！



▲ 謝朝盈看見打鼓愛好者的困境，決心製作不會吵人的電子鼓。

「為什麼沒有一種適合現代居住環境的鼓樂器？」謝朝盈認真審視市售鼓的缺點，身為鼓手的他認為，以「打擊板」來練習過於單調乏味、觸感生硬，而且在沒有真鼓共鳴的情境下，無法培養打擊的旋律感；而「電子鼓」價格太貴、外型不佳，鼓面只有八吋，和真鼓差異太大。於是謝朝盈決定一一克服這些困境，要為喜歡打鼓的人做出最好的電子鼓。

「青眠（眼盲）不怕槍」，一股腦栽進研發製鼓後，謝朝盈才發現，電子鼓沒這麼簡單。做出第一台「生澀」的電子鼓後，他花光當兵4年所存的積蓄，又欠債100多萬元。但是初生之犢不畏虎，他和一位做貿易的朋友，抱著鼓搭上飛機到德國法蘭克福參展，而且還賣掉39台電子鼓。

後續為了改善品質，謝朝盈把需要的模具全部都開好，向銀行「借」來的1,000多萬元，也



▲ 升鼓電子鼓的生產過程由老師傅嚴格把關。

用到只剩 30 萬元。許多人好奇，當時一無所有的年輕人，銀行怎麼可能借這麼多錢給他？原來機靈的他，利用銀行大力推廣信用卡的趨勢，辦了許多張信用卡，那時的「小額信用貸款」在規定的時限還款，只要付 100 元即可。謝朝盈提及此事，餘悸猶存：「至今還有後遺症，每次看到『5』這個數字就莫名緊張起來。」原來每逢 5 號的日子，就是他要還款給銀行的日期。

## 千里馬終遇伯樂

第二年，他又和貿易商去參展，法國客戶一口氣下單台幣600萬元，謝朝盈一再提醒貿易商：「以這樣低的價格，做出來的東西風險很高！」貿易商堅持要出貨，結果低價導致支架協力廠偷料，沒多久就陸續接到電子鼓支架斷裂的抱怨，嚴重遭受退貨。謝朝盈的人生再度陷入低潮。

► 獨創的大鼓固定架，讓使用者更便利。



為了讓研發支撐下去，謝朝盈急需資金。在朋友引薦下，金主看好謝朝盈的為人與研發中電子鼓的潛力，二話不說，隔天就將錢匯入他的帳戶。而且就在此時，又遇到一位工研院的貴人指點迷津，甚至還無條件指導他如何申請經濟部技術處「小型企業創新研發（SBIR）計畫」。

謝朝盈於2007年得到政府補助「電子鼓音源機開發計畫」，對失意中的他來說，無疑是一劑強心針。

而所謂「音源機」就是把鼓聲錄在主機上，再叫

出來播放的機器，但要「即時發聲，不能有落差。或者說，落差必須控制在千分之六秒以內。」

▲ 揚聲器、混音器皆自行開發，保有自身品牌完整性。

聲音的輸入與輸出，牽扯到複雜的電子技術，台灣當時還沒有人做音源機，謝朝盈利用這項計畫，將電子技術與「拾音器」做一完美的結合。

為了讓聲音隱藏起來，謝朝盈設計一種「鼓皮套件」，是讓傳統爵士鼓在30分鐘之內變成電子鼓，又可變回傳統鼓的法寶。為了編



▲ 千挑百選的布面，不但接近真實打擊感，又能消音。

謝朝盈以網狀編織的鼓皮，不但更接近真實鼓的打擊感，消音效果也更佳。而且更獲得「消音鼓皮結構改良」與「網狀鼓皮強度改良結構」的專利權。



### 用理性找出感性訴求

為了讓電子鼓系統更完美，2009 年謝朝盈再度申請 SBIR 計畫

織出這種可以消音的鼓皮，謝朝盈踏遍國內紡織廠，試了很多材質，甚至丟掉價值一百多萬的布料，最後拿去給務農的老丈人蓋在菜園裡。「眾裏尋他千百度，驀然回首，那人卻在燈火闌珊處。」最後，謝朝盈在自家工廠的同一條街上，找到能夠幫他做出手感最像真鼓鼓皮的網狀材料的紡織廠。

謝朝盈以網狀編織的鼓皮，取代傳統的橡膠鼓皮，不但更接近真實鼓的打擊感，消音效果也更佳。而且更獲得「消音鼓皮結構改良」與「網狀鼓皮強度改良結構」的專利權。

進行「電子鼓組整合技術開發」，除了重開模具之外，他決定擺脫「看」別人的作品，而是專心「聽」自己的聲音。他經常找來使用者或專業鼓手一起打鼓，根據音樂原理一邊修改，試圖找到最好的感覺，找出最好的感應器位置，這個「拾音器」便成為升鼓的核心技術。謝朝盈說：「用理性的方式，找出感性的訴求，是一件困難的事。」但是這樣創新的作法，卻讓他的電子鼓無論是功能、美觀或品質，都有了跳躍式的精進。

謝朝盈一再強調產品的「擬真度」，跟傳統鼓無論在外觀或手



▲ 專心「聽」自己的聲音，找尋出最對的感應器位置，讓電子鼓更精進。



▲ 高附加價值是台灣產業必須努力的方向，升鼓做到了。

感上，都盡量做到沒有差異，讓鼓手在用電子鼓練習時，不會有困擾。就像電子琴跟傳統鋼琴，不但外觀差很多，彈起來的感覺也差很多，所以平常用電子琴練習，再換到傳統鋼琴表演，就會產生困擾。現在也有一種新產品「電鋼琴」誕生，就是為了消除使用者手感的差異。



### 擺脫低價陰影 朝向高附加價值

XM 電子鼓的競爭對手，大多來自日本。鋼琴樂器大廠 Yamaha 也生產電子鼓，儘管營業額大，但畢竟不是它的主力，因此沒有在提升技術上下功夫，謝朝盈有自信，升鼓 XM 電子鼓技術應已超越它。

另一家最大競爭強手是日本的 Roland，這家公司一共有 5 個事業部，單一個事業部的營業額就有 60 億元，規模之大可見一斑。謝朝盈說：「我不在乎公司有多大，只在乎多少錢可進口袋。」升鼓要當「最小的大公司」，目前他所開發出來的電子鼓與相關產品，毛利率可達 30%—70% 之間，他說：「台灣要擺脫低價代工的陰影，向高附加價值邁進。」

目前，升鼓的電子鼓系列產品已在台灣、中國與澳洲市場銷售，並且透過代理商，更銷售至德國、馬來西亞、泰國、韓國與俄羅斯等國家。今年（2012 年）七月的世貿樂器展，謝朝盈故意把攤位設在 Roland 的正對面，「嗆聲」意味濃厚，他描述：「Roland 名氣大，最初大家都往那裡擠，但是來登門打過升鼓 XM 電子鼓之後，很多人才開始體會到『大牌』不等於『最高品質』。」在為期 4 天的樂器展中，升鼓一口氣賣掉 15 套電子鼓。



◀ 電子鼓音源機開發獲SBIR肯定。



### SBIR 的臨門一腳 升鼓鼓聲傳遍全世界

謝朝盈的設計團隊結合電子、機械、IC 設計、音樂專長，創新改善市場既有電子鼓品質，若將升鼓的 XM 電子鼓和全球主要同類產品並排，一眼就可辨識 XM 電子鼓，外觀像真鼓，聲音可收放自如，價格又合理。謝朝盈說：「XM 電子鼓，讓學習者可以盡情享受打擊樂趣，不怕吵到別人，也不愁失去打真鼓的手感。對專業鼓手而言，方便在舞台上監聽、側錄自己的鼓聲，甚至可透過網路，籌組網路樂團，即時與世界各地好手一較高下。還有音樂的製作者，在家就等於擁有一套數位錄音編曲設備，工作室（home studio）可以取代傳統的錄音室。」

謝朝盈在執行 SBIR 計畫當中學到更精細的預算方式，更多成本的觀念。甚至在導入 ERP 之後，才知道原來無形的成本是有形成本的 1.5 倍。謝朝盈認為，「創新研發太燒錢，SBIR 計畫對中小企業，是扮演臨門一腳的重要角色。」

政府當推手，在關鍵時刻提攜中小企業，幫助健全企業體質，升鼓扎根扎得穩固，高品質、不喧鬧的鼓，未來將會傳遍全世界。



▲ 獲得SBIR計畫的協助，升鼓的電子鼓產品更上層樓。