李昀儒（正派）

從唱片行的相識，到替創作者維持一種可以長久的生活

資料更新至 2026 年 10 月 5 日

李昀儒，在音樂圈以「正派」為人所知，也使用 Jubi Lee 這個名字，是鄭宜農創辦的邊走邊聽有限公司營運長。[1, 2]

公司做音樂、藝人經紀，也逐漸進入刊物與出版。正派站在作品、團隊和聽眾交會的位置，協助一位創作者的想法變成可以持續運作的事業。

在擔任營運長之前，正派曾在小白兔唱片行顧店。與鄭宜農的關係，是從這裡開始的。

鄭宜農十八歲時，會到小白兔唱片行，拿一張唱片，坐著聽上一個下午。當時顧店的正派記得，那是一個不太開口、讓人摸不透的小孩。多年後，在鄭宜農的人物訪談裡，這位經紀人仍用帶點吐槽的口吻講起初見。[3] 正派先認識的是一個聽音樂的人，之後才是需要被經營的歌手。

這個先後次序，對後來的營運選擇很有分量。怎麼收費、怎麼呈現一個人、怎麼答應樂迷，都不能只依照市場上已經有效的做法。那些做法還得放回眼前這個人的性格，以及雙方願意共同維持的生活裡。

一、唱片行裡形成的關係

小白兔是販售、發行獨立音樂，也把海外音樂帶進台灣的唱片行與廠牌。鄭宜農的首張個人專輯《海王星》在 2011 年由它發行。對正派而言，這個場域至少同時包含兩種接觸：和來店裡找音樂的人相處，以及和準備把音樂交出去的創作者工作。[4, 5]

正派後來成為鄭宜農剛出道時的第一任經紀人。到了 2024 年，兩人又以邊走邊聽的創作者與營運長身份一起工作。[6]

十八歲的聽眾，和後來同時寫歌、演戲、寫作、開公司的鄭宜農，已經不是同一種工作對象。熟識的價值，也不在於把當年的印象永久保存下來。真正困難的是：一個人變了，合作方式也得跟著變。

這段關係讓人可以理解，為什麼經紀工作需要一種隨時間調整的知識：辨認哪件事當事人做起來自在，哪件事需要說服，以及什麼還沒找到合適的方法。早年的熟識提供起點，後來一起做事，仍要重新認識彼此。

[External image / 外部圖片] 李昀儒（正派）在 2025 年高雄流行音樂中心講座發言
李昀儒（正派）在 2025 年高雄流行音樂中心講座發言；這是近年的工作影像，並非早年唱片行照片。高雄流行音樂中心；攝影者未註明 · 著作權由原來源及權利人保留；未標示開放授權。 · 圖片來源

二、從日本介紹來的韓國音樂人

正派的工作世界也不只圍繞鄭宜農。

韓國創作者李瀧 Lang Lee回憶，約 2015 年，日本演出推廣者八幡光紀把她介紹給台灣的李昀儒。從協助進口 CD、持續交談開始，雙方逐漸建立信任；後來正派在鄭宜農的公司擔任 COO 與經紀人，提出兩位創作者可以合作，也承接李瀧在台灣的經紀工作。這段訪談直接列出李昀儒／Jubi Lee 與邊走邊聽的署名。[7]

這是一條很具體的韓國、日本、台灣之間的路線。它先靠一位推廣者介紹，再靠物件的流通和反覆交談累積。所謂國際化，在這裡不只是在大型產業展會上碰面；一張唱片能否出現在另一個地方、那裡是否有人願意接著做下一件事，同樣重要。

從顧唱片行到進口唱片，再到安排一位海外創作者在台灣的工作，正派所處的位置逐漸變了，但其中仍有一條連續性：把值得被聽見的聲音，放進有人能接住它的關係裡。 這裡的「接住」並非抽象支持，而要有發行、經紀、合作與溝通的具體形式。

三、舊關係進入一間新公司

2023 年春天，鄭宜農離開火氣音樂，對外宣布成立邊走邊聽。她從已有經紀與唱片組織支持的創作者，成為必須自己考慮組織能否存續的老闆。[8]

公司識別的製作留下了一份簡潔的工作名單：BIG Lin 負責平面設計及標誌動態，Jubi Lee 以公司 PD 的身份列名，另有攝影、印刷與紙材的合作方。[9] 這份名單比「正派替宜農打造品牌」更能說明實際工作：營運者參與把公司的方向交給不同專業者，成品則由多人共同完成。

成立自己的公司，帶來更多主導權，也把付款責任拉近了。 鄭宜農在 2023 年訪談裡說，當了老闆後，很想改善音樂工作者為時間與才華得到的報酬，卻又碰到資金不足。[10] 這是正派所在公司的基本難題：不能只替創作者爭取空間，還得讓這個空間付得起維持它的人。

公司的主導權和有限資源，在接下來的會員企劃裡遇到同一個問題：聽眾願意如何支持創作，而團隊又能為這份支持做什麼？

四、收費之前，要先說清楚關係

2024 年初，鄭宜農推出 Space N Guidebook，買刊物同時取得一年會員資格。這個決定曾經歷很長的討論。正派記錄的問題相當尖銳：付費會不會把獨立音樂人推向偶像化？提供什麼才對得起收費？而持續免費提供內容，又是否能和創作者的心力、資源取得平衡？[11]

對一位以作品與聽眾建立關係的人而言，改變交換方式，也會改變雙方如何理解彼此。這場討論把收費的價值，和免費內容背後的負擔放在一起考慮。

這條路有前史。張菁紋，音樂圈熟悉的凱特，曾與鄭宜農合作免費電子報「313 基地台」，後來以 Fantimate 創辦人的身份討論付費會員的可能。[12] 這讓 Space N 的誕生接上既有互動，而非憑空替一群追蹤者加上一道付費牆。

正派在 2025 年公開講座裡提供另一個出發點：團隊注意到，宜農的聽眾願意讀長文，也會對細節有反應，於是找凱特討論做一本有內容的刊物。簽名海報等回饋，也配合宜農內斂的方式處理。[13] 這是營

運判斷裡很重要的一次選擇：產品的形式，從創作者和聽眾已經怎麼相處長出來。

五、營運會藏在一張小卡裡

到了 2026 年，第三期 Guidebook 的常規售價為 新台幣 1,350 元，刊物 128 頁，附會員小卡及序號；會籍固定為 2026 年 2 月 1 日至 2027 年 1 月 31 日。目錄收進專輯團隊、公司同事、造型與影像工作者的視角，也有營運長的文字。[14]

這個物件讓正派的工作位置變得更清楚。它不只把藝術家的想法裝訂起來，也要把一年之內的合作整理成可以閱讀的東西。讀者遇見的「鄭宜農」，因而包含別人如何和她工作，不只由她自己述說。

會員資格則還有另一套過程：註冊、取得刊物所附的兌換碼、登入、開通對應年度的會籍。網站也允許已加入其他 Fantimate 俱樂部的使用者沿用帳號。[15] 一張看起來很小的卡，連接的是印刷物、帳號、期限和服務。

邊走邊聽與 Fantimate 的分工，因而同時包含內容和服務。刊物要值得閱讀，序號也得通往正確的會籍；這兩端放在一起，才成為聽眾實際得到的東西。

[External image / 外部圖片] 《Space N Guidebook》Vol. 1，將鄭宜農的紙本內容與會員資格連在一起的實體刊物。
《Space N Guidebook》Vol. 1，將鄭宜農的紙本內容與會員資格連在一起的實體刊物。 攝影：陳佩芸；文策院／Fantimate · 著作權由原來源及權利人保留；未標示開放授權。 · 圖片來源

六、親近感必須經得起規則

Space N 最容易被形容為親密社群，但實際的信任也藏在不那麼浪漫的公告裡。

2025 年《圓缺》演唱會的會員優先購，區分舊年度會員的先到先得與新年度會員的抽選；紀念票卡還得在現場換成正式門票。刊物、續會禮和 T-shirt 的出貨時程也不同，混合訂單須待商品齊備才寄出。[16]

出版和演出的時程在這裡接合：寄出的票卡要能在現場換票，不同年度的資格也得在售票時被正確辨認。

2026 年一月的「Best Regards 小小的專場」，由邊走邊聽與 Fantimate 共同主辦，會員先登記抽選，再憑 Fantimate ID 到 KKTIX 購票，每人有購票限制，公告也預先說明沒有會後合照或簽名安排。[17] 這讓「想和大家道謝」有一個能執行、也有邊界的形式。

會員網站則說明，優先資格不等於保證取得票券，亦非所有活動都適用。[18] 小型演出的座位有限，這樣的安排使支持者可以先參與，也把名額的限制說在前面。

[External image / 外部圖片] 2025 年「音樂行銷必修課」講者與參與者合影，呈現音樂經營知識交流的現場。
2025 年「音樂行銷必修課」講者與參與者合影，呈現音樂經營知識交流的現場。 高雄流行音樂中心；攝影者未註明 · 著作權由原來源及權利人保留；未標示開放授權。 · 圖片來源

七、合作的另一面，是把分歧留在作品裡

正派介紹李瀧與宜農合作之後，這段關係並沒有只留下跨國友誼的漂亮敘述。

2025 年發表的〈寬寬仔來到祢的面前〉融合韓文與台語。宜農公開談到，兩人在創作初期有意見衝突，傳話的工作夥伴也承受壓力，最後經過多次溝通才完成。[19]

把適合的人介紹到一起，只是合作的第一步。這首歌留下的過程，使正派早年牽起的關係有了更厚實的後續：雙方得真正交換想法，讓各自的語言和創作決定共同進入一首作品。

邊走邊聽的經紀範圍也延伸到演員。迷野影像的〈頭城——悼 F〉製作名單，列出正派與林昕儒共同負責姚愛寗的藝人經紀。[20] 在這種工作裡，音樂、表演和影像不是公司的幾個抽象標籤，而是同事必須和不同製作團隊對接的場合。

八、公司開始替別人的文字找讀者

2026 年二月，邊走邊聽與獨立出版聯盟合作，出版李瀧的散文集《我是這樣走到這裡》。作者是李瀧，中文譯者為陳品芳；這使公司與李瀧的關係，從音樂工作延伸到文字的流通。[21, 22]

宜農談起這次經驗，才更直接體會出版利潤之低；她自己參與看稿、選擇可以介紹給讀者的段落，也協助文案與影片。[23] 這個例子提醒我們，正派所在的公司並不是把創作者的事情全部接管。老闆本身仍在製作，也在學習新的產業條件。

以營運者的工作位置來看，這次出版也擴大了公司需要協調的世界。音樂事業原有的宣傳經驗，開始接上譯者、出版合作方和書籍的讀者。

從 2015 年前後的唱片進口，走到台灣經紀、歌曲合作，再到 2026 年出版，李瀧這條線呈現了正派生涯最值得注意的一種時間：有些事業機會，是多年相處之後才知道可以做什麼，並非一開始就有完整的擴張計畫。

在 2025 年的公開講座裡，正派談到對創作者的認同，以及團隊共同價值與默契的重要。[24]

到了翌年的李瀧出版案，這種說法已有一條具體的路線可以對照：曾經有人介紹一位韓國音樂人，協助她的唱片流通，多年之後，那段關係延伸成歌曲、經紀與一本中文書。

正派在這些工作裡維持的，是關係可以繼續長出新事情的條件。 這不是一條從唱片店必然通往營運長的職涯；它由特定的人、持續的往來，以及願意把下一件事做出來的合作組成。2026 年的邊走邊聽，因而已經比一位歌手自立門戶時的公司更寬，讓另一位創作者的文字也有了抵達台灣讀者的地方。

註釋與來源

---

1. 高雄流行音樂中心，楊庭瑄，〈張凱特 X 正派：音樂行銷必修課〉，2025-07-21。講座側記。職務、受眾觀察與工作主張。↩

2. Asian Experimental 100 People，〈#010 イ・ラン〉，現行公開訪談。原文。企劃協力署名與李瀧回憶共同確認李昀儒／Jubi Lee 的身份及台灣工作關係；約 2015 年為李瀧回憶的時間。↩

3. 《鏡週刊》，陳昌遠，〈太空垃圾的重生：鄭宜農〉，2024-02-20。原文。正派本人回憶唱片行的初識。可核實的早期經歷尚不足以重建家庭、求學與所有任職年份；本文聚焦公開工作軌跡，也不假定與宜農始終連續任職。↩

4. 《鏡週刊》，陳昌遠，〈太空垃圾的重生：鄭宜農〉，2024-02-20。原文。正派本人回憶唱片行的初識。可核實的早期經歷尚不足以重建家庭、求學與所有任職年份；本文聚焦公開工作軌跡，也不假定與宜農始終連續任職。↩

5. 小白兔唱片，〈海王星 Neptune，2020 典藏版〉。廠牌專輯頁。回顧 2009 年加入廠牌與 2011 年首次發行的背景；正派在專輯製作中的具體分工未由此確立。↩

6. 《500 輯》，林亞璇，〈揭開會員刊物「Space N Guidebook」的誕生〉，2024-03-06。原文。第一任經紀人、付費討論與早期電子報的關係均見此訪談。↩

7. Asian Experimental 100 People，〈#010 イ・ラン〉，現行公開訪談。原文。企劃協力署名與李瀧回憶共同確認李昀儒／Jubi Lee 的身份及台灣工作關係；約 2015 年為李瀧回憶的時間。↩

8. Sound of Life／聲活圈，米鹿，〈金曲台語歌后鄭宜農，自立門戶後經歷了哪些拉扯？〉，2023-07-12。原文。公司起步時的資源與報酬問題為宜農本人所述。↩

9. BIG Lin，〈Walking Music Co., Ltd. 邊走邊聽有限公司〉，專案年度 2023、作品頁發表於 2024-04-24。作品及名單。頁面使用 PD 原縮寫，本文不擴張其職權。↩

10. Sound of Life／聲活圈，米鹿，〈金曲台語歌后鄭宜農，自立門戶後經歷了哪些拉扯？〉，2023-07-12。原文。公司起步時的資源與報酬問題為宜農本人所述。↩

11. 《500 輯》，林亞璇，〈揭開會員刊物「Space N Guidebook」的誕生〉，2024-03-06。原文。第一任經紀人、付費討論與早期電子報的關係均見此訪談。↩

12. 《500 輯》，林亞璇，〈揭開會員刊物「Space N Guidebook」的誕生〉，2024-03-06。原文。第一任經紀人、付費討論與早期電子報的關係均見此訪談。↩

13. 高雄流行音樂中心，楊庭瑄，〈張凱特 X 正派：音樂行銷必修課〉，2025-07-21。講座側記。職務、受眾觀察與工作主張。↩

14. Fantimate／邊走邊聽，〈Space N Guidebook Vol.3 常規版〉，2026 年度商品頁。產品、目錄及會籍。價格與內容以 2026-10-05 可見資訊為準。公司財務、個人收入及分帳未公開；本文不以產品推出或售票結果推算淨利。↩

15. Space N 官方網站，會員與資格問答。原文。說明不同年度會籍、開通方式及優先資格邊界。↩

16. Fantimate，〈鄭宜農《圓缺》演唱會 Space N 2024 會員優先購〉，2025 售票週期的歷史公告。原文。本文以其說明營運安排，不視為目前可購方案；公告呈現團隊制度，未顯示每一步皆由正派親自執行。↩

17. 邊走邊聽／Fantimate，〈Best Regards：鄭宜農 2026 小小的專場，台北場〉，演出日期 2026-01-11。主辦方售票頁。為公告的流程與邊界，不用來推算實際出席或獲利。↩

18. Space N 官方網站，會員與資格問答。原文。說明不同年度會籍、開通方式及優先資格邊界。↩

19. 中央社，洪素津，〈鄭宜農攜韓國詩人歌手李瀧合作，新曲融合韓文台語〉，2025-01-04。原文。報導據宜農提供的說法，傳話工作夥伴未具名。↩

20. 迷野影像 WILD CRÉER Studio，〈零雨 × 草莓救星〈頭城——悼 F〉MV〉製作名單。作品檔

案。列名李昀儒 Jubi Lee、林昕儒 Lulu Lin 與公司。↩

21. moom bookshop，許騰云，〈創一艘宇宙的酷船，去到人人皆幸福的他方〉，2026-06-27。原文。本文只採出版合作、宜農的工作與收入感受，不代指正派個人的意見。↩

22. momo 書籍資料，李瀧《我是這樣走到這裡 I Have Lived a Life》。書籍資料。列作者、譯者、出版社與 2026-02-03 出版日期。↩

23. moom bookshop，許騰云，〈創一艘宇宙的酷船，去到人人皆幸福的他方〉，2026-06-27。原文。本文只採出版合作、宜農的工作與收入感受，不代指正派個人的意見。↩

24. 高雄流行音樂中心，楊庭瑄，〈張凱特 X 正派：音樂行銷必修課〉，2025-07-21。講座側記。職務、受眾觀察與工作主張。↩