

替客人找到最適合的音響，就是最值得欣慰之事

訪台南音場音響

文 | 陶忠豪

從 高鐵台南站搭接駁車來到孔廟站，百鳴音響小林已經在那裡等我，準備帶我前往本次的目的地音場音響採訪。繞著孔廟走了半圈，我已經感受到不同於台北的氣息，彷彿每一家小店、每一條小巷都充滿著歷史與文化氣息。在音場聽了一個下午的音樂，也與林老闆聊了一個下午，我終於發現這種獨特氛圍從何而來。真正的文化感，絕不是刻意營造裝飾出來的，而是與生活、思想自然融合而來。音場音響就是這樣一家充滿台南在地文化氣息的老字號音響店。

音場即音樂

相較於時下裝潢充滿現代感與設計感的音響店，音場的文化氣息，是用時

間慢慢刻畫出來的。林老闆這個店面已經經營了20多年，更早之前的店名叫做秋葉原。早在40多年前，他就隨著經銷日本山水音響的家族企業，開始跨入音響銷售事業。老一輩的台南人可能都還記得秋葉原，為了保存這份記憶，所以音場音響的招牌上，至今依然保留了秋葉原這個名稱。後來改名為音場，則是因為林老闆認為調校音響系統，最重要的就是音場的展現。他認為調整音響，其實就是在調整音響與空間的關係，不論音響的價格是high或low，只要能在空間中調校到最均衡的狀態，就能發出感動人心的音樂。

每個角落都有故事

環顧音場店內，我沒有看到任何刻

意的裝潢與擺飾，但是桌上幾盞古樸的檯燈、牆上的手寫春聯與幾幅在地藝術家畫作，自然而然就散發出充滿生活感的藝術內涵。林老闆說牆上那些畫作都是他客人的作品，這些藝術家或許名氣不大，但是畫作卻有特色，因此林老闆義務當起他們的經紀人，音場店面就是他們的畫廊。

對了，音場的櫥窗裡，有一隻靜靜望著窗外的蜥蜴，還有一隻優遊自在的大烏龜，這兩位也是音場的重要成員，據說那隻蜥蜴是這條路上的明星，每天聽著高級音響播放優美的音樂，難怪如此悠然自在。

店裡一個特別的木頭櫃子吸引了我的注意，仔細一看，上頭竟然有Linn的標誌。一問之下，才知道這是早年林老



- 01. 音場音響的「Sound Space」招牌上，有另一個秋葉原的招牌，保留著老一輩台南人心中的記憶。
- 02. 林老闆銷售音響超過四十年，但是對空間優化、網路串流等最新技術依然抱持開心胸積極研究。
- 03. 新舊兩代Linn LP12黑膠唱盤，右邊那部是最早期的版本，如今依然正常工作，林老闆說LP12維修簡單，再用40年不成問題。
- 04. 林老闆播放音樂前，總會靜靜凝視音響片刻，像是進行一場神聖的儀式一般，可以感受到他對播放音樂這件事的慎重態度。

闆直接跟Linn原廠買來的，全台灣可能僅此一座。買來這個櫃子，當然不是為了做生意，而是因為林老闆自己就是Linn的頭號粉絲，也是台灣最資深的Linn經銷商。不只是Linn，音場銷售的每一個品牌、每一款產品，都是林老闆真心喜愛，而且深入研究過，才引進銷售的。在店裡另一個角落，我還看到一個別緻的擺飾，上頭竟然是Accuphase的品牌，林老闆說這是Accuphase老社長送他的，全台灣可能只有兩個，因為音場曾經銷售Accuphase的產品超過30年。這就是我在音場感受到的歷史痕跡，每個角落都有驚喜，都藏著一段故事。

精通空間優化與數位流

音場店裡最大的亮點，當然是環繞

在四周牆面的許多套音響系統，到底有多少套？老實說很難細數，因為每一套的組合搭配都不一樣。令我驚訝的是，這些音響組合竟然都能實際播放，而且聲音都很迷人。在一間音響店裡，竟然能同時聽到這麼多樣的音響組合，對音響迷而言，這裡就像是天堂。

令我好奇的是，這些看似沒有刻意擺位的音響系統，為什麼可以發出這麼好的聲音呢？原來許多系統都充分運用了Linn的Space Optimization空間優化技術，我在最近幾個月才實際操作體驗過這套系統的優越之處，沒想到林老闆早已深入研究、運用自如。他對於空間校正技術自有一套見解，他說所謂空間校正，絕不是交給電腦自動優化，而是必須靠耳朵慢慢修正。他之所以推崇Linn

的Space Optimization，就是因為這套系統是以聽感為出發點，使用者的音樂品味，影響著調音的最終成果。

林老說他有一個客戶，想在縱深30公尺的超大空間中設置一套音響系統，一般家用音響根本不可能在這麼大的空間中發出好聲，但是林老闆最後用一對Wilson Benesch旗艦喇叭，搭配Linn的Space Optimization技術，竟然成功克服難題。這一方面證明Wilson Benesch旗艦喇叭的實力驚人，一方面也顯示Space Optimization技術解決空間難題的強大能力。

林老闆不僅精通空間優化，對於數位流也有深入研究。早在10年前Linn推出數位流訊源時，他就開始銷售這些器材，那時大多數人對此類產品還不熟悉，網路設定常出問題，賣一台Linn的數位流產



- 05. 林老闆非常推崇Micromega M150擴大機的驅動力，用來推動靈敏度極低的Gauder Akustik密閉式喇叭都沒問題。
- 06. 這隻蜥蜴是音場的重要成員，也是這條街上的風雲「人物」。
- 07. 林老闆用Vitus Audio綜擴驅動Gauder Akustik喇叭，聲音非常流暢自然。
- 08. 已經停產的Linn Classik一體式CD擴大機雖然價格不貴，卻是林老闆最喜愛的器材之一，輕鬆、耐聽、充滿音樂性，是Linn的最大魅力。

品，往往要花三個月的時間替客戶解決問題，那時許多店家因此不敢賣Linn的產品，只有林老闆不怕麻煩服務到底，這些客人如今都成為音場的忠實主顧。

堅持不二價

與林老闆聊過，我才發現他的經營理念獨樹一幟。依照台灣的Hi End音響生態，音響的定價通常要打個折扣才是實際售價，但是林老闆數十年來都堅持不二價。許多音響店期待老顧客換機回流，但是音場卻希望客人一次就買到最心儀的器材，最好一直用下去，不要再換機。大多數音響店喜歡放發燒片示範音響效果，但是我在音場一個下午，聽

林老闆放各種類型的音樂，就是沒聽到他放發燒測試片。

林老闆的堅持都是有原因的。他堅持不二價，因為他已經事先算好合理的利潤，不會讓客人吃虧。他不要客人換器材，因為他希望客人第一次就買到自己真正喜歡的音響與聲音。要做到這點並不容易，為了解客人的偏好，他必須細心觀察客人的個性、了解客人的生活型態，再以此為依據，推薦客人真正適合的器材，價位高低通常不是主要取決因素。

用音樂與客人溝通

最後，林老闆雖然不放發燒片，但

是他放的每一首曲子，都是他真心喜愛的音樂，都有感動人心的魅力。「用音樂與客人溝通」，正是支持林老闆銷售音響40多年的最大動力。聽林老闆放音樂的確充滿樂趣，因為他是真心誠意、發自內心的想要與你分享他對這些音樂的知識與感受，此時的交流就像朋友一般自然，你不會感覺林老闆是在刻意推銷產品，他也真的沒有這種企圖。但是當你被這些音樂吸引時，通常你已經不自覺對音場銷售的器材產生興趣。

林老闆挑選音響器材的品味獨特，大多數器材並不便宜，但是也非天價；品牌都不是最主流，但是絕對有特色。我發現他對店裡每一款器材的聲音特性



09



10



11



12

09. 牆上那對Lyngdorf FR-1薄型壁掛喇叭的聲音好到令我驚訝，不但情感豐富，而且可以輕鬆與空間融為一體。
 10. 這個造型優雅的木頭櫃子，竟然是林老闆跟Linn原廠買來的，全台灣僅此一個。
 11. 音場銷售Accuphase超過30年，這個擺飾是Accuphase社長送給林老闆的，全台灣只有兩個，非常罕見。
 12. 林老闆對於白色那對JMR Jubilee Abscisse喇叭播放鋼琴的表現推崇不已，實際聆聽，鋼琴音色真的非常迷人。

都如數家珍，可以準確說出這些器材的重播風格。而他所搭配的每套系統，也的確都能展現出各自的特色，顯然店裡這麼多套系統組合，全都是林老闆用心調校的成果。有些組合的好聲，完全出乎我所預料。例如店裡一側牆面上掛了一對Lyngdorf的FR-1薄型壁掛喇叭，一般音響迷恐怕會認為這只是家庭劇院喇叭，不相信它可以發出好聲，但這卻是林老闆目前最喜歡的一套系統。他用這套系統播放了日本演歌作曲家兼歌手弦哲也的錄音，我沒想到這對喇叭流洩的音樂情感竟然可以如此細膩豐富，就連高價喇叭恐怕都未必能及。這種觸動人心的感染力，不只這套音響具備，店裡

每一套系統都有相同的魅力。我不禁佩服林老闆的調音功力，他真的可以挖掘出不同器材的特色，而且讓他們發出令人感動的聲音。

最好的時代

我好奇問林老闆，現在音響產業景氣低迷，音場是否也受到影響？他告訴我，當然有影響，但是他不認為這是壞事。怎麼說呢？林老闆認為Hi End音響本來就是小眾市場，本來就只有一小群對聽覺特別渴望的人會對音響感興趣，以前景氣好的時候，雖然客人很多，但是大多數人都不是真心喜歡音響，那其實並非正常現象。反倒是景氣的時

候，客人雖然少了，但是即使不景氣，也要把錢花在音響上的人，才是真正熱愛音樂與音響的人。

真正熱愛音響的人，並不一定要買很貴的器材。林老闆說他有一次遇到一位十多年不見的老客人主動跟他打招呼。這位客人十多年前跟他買了一部Linn Classik一體式CD擴大機，直到今天依然喜歡得不得了，每天起床第一件事，必定是打開Classik聽音樂。

這部器材並不昂貴，但是這位客人顯然在音場找到了最適合他的音響系統，得知他十多年來如此珍惜喜愛這部器材，林老闆告訴我，這就是他銷售音響40多年來，最值得欣慰的事。🎧