

深度與人氣

二〇〇三公私立博物館資源整合

座談會小記

／張允芸

二〇〇三公私立博物館資源整合座談會（註一）於八月十五日圓滿舉行，有二五二位公私立博物館從業人員與會，這是國立故宮博物院連續第三年舉辦這項活動，今年的議題有二：文化產業之開發、與觀光界之異業結盟。主辦單位展覽組不希望座談會落於空談，於是邀請相關的學者、專家蒞會發表相關實務的演說：國家文化藝術基金會林曼麗董事長談「博物館發展與文化產業」、奇美博物館潘元石館長談「奇美博物館的經營管理」、台北故事館林秋芳館長談「古蹟再生空間與文化行銷」以台北故事館為例、國立中央大學產業經濟研究所劉靜怡教授談「藝術產品開發所衍生問題的探討」、台灣觀光協會嚴長壽名譽會長談「文化與觀光產業」、交通部觀光局業務組吳朝彥組長談「從國民旅遊卡談博物館與觀光業的串聯」以及蘭陽博物館籌備處羅欣怡總幹事談

「宜蘭文化產業手札」。此外並特別邀請一些官方代表如文建會吳密察副主委、觀光局蘇成田局長等人參加綜合討論，原本預計一小時的綜合討論時間，因為氣氛的熱烈，而延長了一倍的時間。

同時為了配合「文化產業」的議題，主辦單位特別搭配了「博物館人氣商品博覽會」，



共有252位博物館與觀光界人士與會



奇美博物館潘元石館長（圖左）與大家分享經驗談

邀請了十九家博物館提供三三一件兼顧代表性與市場性的文化衍生商品，希望同業們能夠見賢思齊，激發靈感來設計相關的商品，於會場周邊專櫃展示，用以提昇博物館相關紀念品的品質，並達到藝術生活化，生活藝術化的終極目標。

這些暢銷文化產品有兩個共通性：限量發售與獨特的原創性。在物以稀為「貴」的法則下，配合特展而限量發行的文化產品品質、價位相對的提高，不但可以提高博物館的獲利，也讓消費者買得歡喜。公辦民營的博物館與消費合作社所研發的商品原創力最好，或因動機較強且館藏品較豐富，業者積極開發具實用之效的衍生品，讓消費者耳目一新，且提升了生活品質。

此次座談會的兩個議題都與如何增加博物館收入有關。博物館如何增加收入是一個很現實的問題，也就是博物館未來如何自給自足繼續生存的最重要課題；但是要增加收入必須多方的配合，諸如：有特色的館藏、恰如其分的內部管理、兼具教育性與娛樂性的展覽、引人入勝的導覽、活潑的公關、多元的展覽活動、有創意的衍生品、與異業結盟。博物館單打獨鬥的時代已然結束，唯有良好的結盟，方可為博物館營造出盎然的生機。

台灣是一個博物館之島，倒不是人人愛逛博物館，而是台灣有太多的「收藏家」喜歡將自己的收藏品展示出來供眾觀賞。根據統計目前台灣大約有五〇八家大、小型博物館（註

二），台灣的博物館業不可謂之不繁盛。但這五百多家的博物館，營運得好、甚至有盈餘的恐怕不多，倒是有不少家博物館是處於半休館的狀態。博物館可謂是國家文化的櫥窗，博物館數量眾多，當然是個好現象，但「質」應是更重要的考量。品質參差不齊的博物館，可能會造成大眾對博物館的負面評價，因此建立一個「博物館評鑑制度」似乎甚有必要性；藉由評鑑制度可將博物館納入系統化的整合，並淘汰一些「泡沫化」或「有名無實」的博物館，同時可砥礪博物館日亦更精，成為全民的精神花園。

此次座談會中一項主要的議題——異業聯



色彩鮮明、造型年輕、圖案有趣是國立海洋生物館的商品特色（手機吊飾、特殊設計T恤、誇張磁貼）



台北縣立鶯歌陶瓷博物館的商品有特別的整體設計、活潑的質材、高級的品質反映著都市的品味。（夜光T恤、鏡面筆記簿、彩繪文具組、荷蘭彩瓷貼）



國立科學工藝博物館的衍生商品充滿陽剛的特質（渾天儀、指南車、電話卡）

盟，就是討論博物館界如何與其他相關產業結盟，以創造更多的營運契機。對博物館而言，如何吸引更多的人來參觀，是最重要的課題。博物館一向與人的印象是被動的展示，為了創造人氣，需蛻向主動的推廣，配合旅遊觀光業的促銷，並藉由「博物館之旅」全面提升人民、旅行業者的文化修養。

觀光旅遊業傳統的行程著重於名勝古蹟與天然景點，鮮少將博物館納入行程，主要是因為博物館領域的不熟悉。今要打破藩籬，需加強博物館資訊的整合與導遊對博物館、藝術相關知識的養成。此次與會鹿港民俗村與安平古堡的代表不約而同地反應，即便有導遊將團體

帶到他們的博物館，或因對文化的不熟悉，僅三言兩語虛應了事地打發掉該項行程，殊為可惜。以故宮博物院為例，為了強化專業導覽服務，不僅嚴格培訓院內導覽人員，且與觀光局合作，支援新進導遊人員的培訓課程，若有新展，主動聯繫觀光局、台灣觀光協會、中華民國導遊協會為導遊進行在職訓練；導遊亦可憑導遊証每月向本院文物供應中心領受故宮文物月刊壹本，以了解相關的文物知識；唯有完善的事先準備工作，才會有豐碩的成果，這是不變的道理。

「故宮一日遊」的活動，為了吸引中南部的遊客，曾與圓山大飯店合作，凡是參加故宮二日遊的觀眾可享圓山大飯店住宿七折優待，當時的反應相當不錯。在持續四年之後，行程沒有變化（週六下午到至善園看拓碑、參加國語定時導覽、至三希堂聽古箏，週日上午參觀科技室與張大千紀念館），再加上因其他的因素，而終止了這項活動。但是不可諱言的是，就異業聯盟而言，故宮博物院踏出了很好的一步。

在號稱「世紀(Information Age)的今天，民眾的生活選擇相對提高，博物館與觀光業的結盟，在行程設計上更須多花一些心思才能吸引大眾的參與。若故宮再度舉辦二日遊的活動，可結合觀光業與友館，讓行程更多元化：（每一團不超過二十人，假設仍與圓山大飯店合作。）

觀眾於下午一四：〇〇之前，自行至圓山

大飯店報到，統一搭乘交通工具到順益原住民博物館參觀↓拜訪張大千紀念館↓陽明山國家公園進行森林浴（順道參觀林語堂故居並可至小油坑觀看火山口）↓北投泡溫泉（可拜訪北投文物館）↓士林夜市嚐小吃↓夜宿圓山大飯店。蒞日，圓山大飯店用早餐↓統一驅車至故宮博物院至善園（觀錦鯉爭食之趣、賞中式庭園之美）↓九點鐘進入正館參觀，由專人導覽欣賞文物↓三希堂品茗（乾隆皇帝至愛的三清茶，唯有故宮三希堂才得品嚐。）↓自由活動↓故宮餐廳「上林賦」用餐↓忠烈祠觀看憲兵交班↓參觀台北市立美術館以及台北故事館（見證台北的發展）並喝下午茶↓賦歸。

這項提案可以旅行社為主導，故宮為主要活動單元，搭配參觀友館以及週遭特殊天然景觀的行程，讓遊客度過一個極具人文風味又充滿娛樂性的週末；對故宮的品味，雖是淺嚐卻可回味無窮。誠如觀光協會名譽會長嚴長壽先生所說「只有觀光而沒有文化的話就無法創造深度，文化要是沒有觀光做為伙伴的話就找不到觀眾。」博物館活動多偏向靜態、被動，如今若要破局而出，必須化被動為主動，與異業聯盟，一併解決參觀者的交通、食宿、遊樂、教育的問題，還愁人氣不旺嗎？

註釋：

- 一、議程內容請參見故宮網站www.pdm.gov.tw。
- 二、根據文建會官方統計民國八十四年台灣有一四九家博物館。根據展覽組資料，截至民國九十二年，台灣有五〇八家博物館。