

The Merchandise Design of The museum-A Case Study of Be-to Hotspring Museum

陳鈺欣、吳振岳

E-mail: 9701393@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

In recent years, operating from the arts industry, many domestic public institutions gradually become legal, and the reduction in government grants, museums for the sake of sustainable development, commitment to the development of leisure consumption has become an irresistible trend. Even private museums often have enterprise funds, also lacking of stability, so popular culture consumption plays an important museums income, thereby enabling the smooth operation of the arts industry occupies the major proportion. The museum will be getting the business practices developed. And the development of its merchandise is different from ordinary commodities, we must double the interests of both education and the function of both marketing at the same time conveying the media function. Therefore, the sale of the museum of goods also become more diversified. This paper takes Be-to Hot Springs museum as an example, visits cultural centers and museums product design manufacturers, chooses as its standard case study on the subject and references design of its cultural products on the future development of Be-to Hot Springs museum product design strategy. This study found that: defining the position of the shop in the future to promote Be-to hot spring culture and the art workers, product design and development towards the development of three aspects: First, the museum image as the main players. Sec, promote Be-to industries, arts and culture entrepreneur. Third, Spa culture related topics. Then prepared development strategy: First, the story of the development of the museum brands; Sec, commissioned professional designers, and development of related products to the consignment; Third, old photographs to authorize use of. Fourth, the joint ticket coupons design; Fifth, combine with local artists; Sixth, to highlight the theme and to combine the surrounding hot springs businesses.

Keywords : cultural and creative industries ; museums goods ; cultural products design

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv	英文摘要.....	v
誌謝.....	vi	目錄.....	vii	圖目錄.....	ix
目錄.....	xi	1. 緒論.....	1	1.1 研究動機.....	1
1.2 研究背景.....	3	1.3 問題陳述.....	4	1.4 研究目的.....	5
1.5 研究方法.....	5	1.6 研究範圍與限制.....	6	1.7 名詞釋義.....	7
2. 博物館與文化創意產業.....	8	2.1 博物館功能.....	8	2.2 博物館之行銷探討.....	9
2.3 博物館文化商店經營.....	11	2.4 台灣文化創意產業發展概況.....	35	2.5 台灣文化商品設計開發概況及案例分析.....	38
2.6 文化商品消費市場分析.....	43	2.7 小結.....	44	3. 北投溫泉博物館個案分析.....	47
3.1 歷史背景與立地分析.....	47	3.2 溫泉博物館的功能.....	53	3.3 溫泉博物館經營現況.....	55
3.4 溫泉博物館商店設置之SWOT分析.....	63	3.5 小結.....	67	4. 北投溫泉博物館文化商品設計開發策略.....	70
4.1 故事化發展北投溫泉博物館品牌策略.....	72	4.2 委託專業設計者與策略聯盟.....	74	4.3 舊照片、圖騰加以授權運用、轉化.....	75
4.4 聯合票券門票設計.....	79	4.5 與地方藝術家合作.....	81	4.6 突顯溫泉主題以結合週邊商家開發設計.....	82
5. 結論與建議.....	87	5.1 結論.....	87	5.2 後續研究建議.....	90
參考文獻.....	92	附錄目錄.....	98		

REFERENCES

- 中文 1.Frey S.Bruno,《當藝術遇上經濟 個案分析與文化政策》,蔡宜真、林秀玲譯,台北:典藏,2003。 2.Timothy Ambrose,《新博物館管理》,桂雅文譯,台北:五觀藝術管理,2001。 3.卞鳳奎,《北投溫泉個別訪問錄》,《台北文獻》,直字第一百零七期。 4.王曉玫採訪,《創意來自感動力》,《天下雜誌》,第339期,2006。 5.台北市政府文化局,《北投溫泉博物館專刊》,台北市:台北市政府文化局,2001。 6.台北市新聞處,《臺北博物館開門》,台北市:台北新聞處,2000。 7.台北市新聞處,《臺北博物館開門》,台北市:台北新聞處,2000。 8.平島廉久,《熱門商品開發法》,簡鴻業編譯,台北:書泉,1998。 9.朱芳瑤採訪,《溫泉保健旅遊帶動北投商機》,《中國時報》,2007年10月21日。 10.李怡君,《台灣的特色博物館》,台北:遠足文化,二六。 11.卓玲妃、陳乃菁,《文化產業設計與創意》,《歷史月刊》,2003年8月。 12.周功鑫,《博物館行銷理論研究》,《新世紀、新方向—博物館行銷研討會論文集》,1999。 13.洪紫娟,《觀眾博物館賣店內之消費行為及顧客滿意度之研究以國立科學工藝博物館禮品中心為例》,臺南藝術學

院博物館學研究所碩士論文，2000。14.洪碧婉，《飛行台北：逛博物館》，台北：正中，2002。15.洪德俊，《北投地方史 溫泉篇》，台北：北投文化基金會，2002。16.洪德俊計畫主持兼總編輯，《北投地方史 溫泉篇》，台北市：北投文化基金會，2002。17.范家瑜，文化創意產業 台灣明日金雞母，《自由時報》，2007年10月16日。18.張譽騰，《博物館大勢觀察》，台北：五觀藝術管理，2003。19.張譽騰，《博物館營運的新思維》，台北：南天書局，2000。20.張譽騰，《當代博物館探索》，台北：南天書局，2000。21.許亞蒂，北投小鎮商街再造近日啟動，《東森新聞報》，2006年04月06日。22.連橫，《劍花室詩集》(台銀文叢第九十四種)，稻江治春詞。23.陳一夫，博物館對地方文化產業發展之影響：以鶯歌陶瓷博物館為例，國立臺灣大學建築與城鄉研究所碩士論文，2002。24.陳國政，台灣博物館之賣店生態與文化商品研究，國立成功大學藝術研究所碩士論文，2004。25.陳國慈，《故事裡的故事 再生古蹟台北故事館》，台北：天下雜誌，2005。26.陳國寧，《如何經營小型博物館》，台北：文建會，1999。27.陳國寧，《臺灣地區中小型博物館經營管理之研究》，台北：文建會，1997。28.凱佛斯，仲曉玲，徐子超，Caves, Richard E.，《文化創意產業：以契約達成藝術與商業的媒合》，台北：典藏藝術家，2003。29.馮久玲，《文化是好生意》，台北：臉譜，2002。30.黃永川，《博物館營運的新思維》，台北：國立歷史博物館，2005。31.黃光男，《博物館企業》，台北市：藝術家，2007。32.黃光男，《博物館行銷策略》，台北：藝術家，1996。33.黃光男，《新世紀、新方向—博物館行銷研討會論文集》，台北：國立歷史博物館，1999。34.黃武忠等，《二二二年文建會文化論壇系列實錄：文化創意產業及地方文化館》，台北：文建會，2003。35.楊裕富，《設計的文化基礎—設計、符號、溝通》，台北：亞太圖書，2002。36.雷耀龍主編，《2001臺北縣文化論壇：迎接博物館時代的來臨研討會論文集》，臺北縣板橋市：北縣文化局，2001。37.劉大紋、尹志翔，《主題博物館親子遊》，台北：上旗文化，2006。38.潘欣欣，將感動帶回家：以奇美博物館為例淺談博物館商品店，《典藏今藝術》，第152期，2005。39.蔣玉嬋，博物館經營的創新思維，《社教雙月刊》，2005年06月。40.鄭雅云，博物館觀眾消費行為之探討—以袖珍博物館為例，國立嘉義大學行銷與流通管理研究所碩士論文，2002。41.鄭雅芳主編，《創意市集105》，台北：三采文化，2007。42.鄧佩芸，歷史類博物館商店之商品設計策略，銘傳大學設計創作研究所碩士論文，2005。43.羅欣怡，博物館與社區發展：社區博物館之興起及其問題，國立臺灣師範大學美術研究所美術教育與行政組碩士論文，1997。44.蘋果日報財經中心，《成功自創品牌》，台北：商周，2007。45.《北投溫泉博物館浴火重生紀實》，北投社雜誌，第三十二期，2004。英文 1. Bradford, Hugh. "A New Framework for Museum Marketing" The Museums Profession: Internal and External Relations, edited by Gaynor Kavangh, 1991, Leicester, London and New York. 2. Fiona Combe McLean. "Marketing in Museum: A Contextual Analysis", Museum Management and Curatorship, 1993. 3. Kotler, P and Levy, S. "Broadening the concept of marketing", Journal of Marketing, Vol. 33, January, 10-15, 1969. 4. Mary M. Theobald, Museum Store Management, Tennessee: American Association For State and Local History, 1991. 5. Theobald, Mary Miley, 1991, Museum Store Management, American Association for State and Local History. 網站 1. 中華民國博物館學會網站 <http://www.cam.org.tw/big5/main.asp> 2. 日本國際觀光旅館聯盟網站 <http://www.ryokan.or.jp/tw/yukata/index.html> 3. 北投溫泉博物館 <http://peitoumuseum.culture.gov.tw/z1.htm> 4. 潘欣欣，《英國博物館商店發展》<http://www.ylib.com/art/artist/200605/artist02.html> 5. 孫瑞雲，《十三行博物館帶動八里觀光榮景》，卓越雜誌，第258期，2006年2月。<http://magazine.sina.com.tw/excellence/258/2006-02-13/02153599.shtml> 6. 祥灑股份有限公司網站 <http://www.artsource.com.tw/Intro/index.htm> 7. 傅鳳琴，《打造一座寓教於樂的博物館》。http://www.nmp.gov.tw/enews/no49/page_03.html 8. 黃貞燕，《觀看生活 日本的博物館》。<http://www.linkingbooks.com.tw/activity/architectureclass7-07.asp> 9. 藝術廣場與博物館商城網站 <http://www.art-mall.com.tw/> 10. 地方文化館的困局正是公共政策偏失縮影，《工商社論》，工商時報，2007年03月07日。http://city.udn.com/54543/2111494?tpno=0&cate_no=0