

在這裡相遇： 探索體驗臺灣文化——以史前館為例

Where We Meet: Exploring and Experiencing Taiwan —Case Study of the National Museum of Prehistory

邱瓊儀

國立臺灣史前文化博物館展示教育組

Chiu, Chiung-Yi

National Museum of Prehistory, Division of Exhibition and Education

博物館是文化的載體也具文化媒介的角色，以其獨有的資源與優勢，若能與地方社群及政府單位整合，共同形塑整體意象品牌，期望將可成為吸引國內、外文化觀光客到訪的重要路徑。本文試圖探討國立臺灣史前文化博物館可以如何與地方攜手推展觀光，吸引國內外旅客到訪臺東，回應「博物館觀光旅遊」議題。

前言

觀光是商業、是娛樂、也是體驗式的消費，是由需求所驅動的活動，更是21世紀最具影響力的產業之一，全球觀光型態逐漸由自然景觀模式轉型為以文化觀光類型為核心，強調知性的旅遊感受。文化觀光旨在將在地文化或文化遺產，藉由文化體驗的模式包裝推廣給觀光客，除了滿足觀光客的文化動機，也達成消費目的，並促進對多元文化的理解。

博物館歷經不同年代的社會變遷，其被賦予的責任、角色與功能亦逐漸多元。1980年代博物館非營利、為社會及其發展服務而向公眾開放，具有研習、教育、「娛樂」等功能被提出；而後隨著社會發展並在多年研議後，2022年博物館有了新的定義，易近性與包容

性、社群參與、各種體驗、反思、知識共享等內容被凸顯。早期以「物件」典藏為導向，逐漸地，「教育、學習、娛樂」等功能成為主力；近年更聚焦以「人—觀眾」為中心，「近用包容」、「社群參與」及「多元體驗」已然成為當代博物館重視的功能指標(王雅璇，2022；林玟伶，2022)。當代的博物館是共享交流的平臺，透過不同的對話收納更多元的聲音，成為共學、共玩、共創的場域。

各家博物館有著不同的屬性與定位，是國家或地方重要的文化據點與觀光景點，獨有的文化內涵與資源，藉由豐富多元的展示、導覽與推廣教育活動呈現，提供以「人」為導向的精緻有感服務，規劃多元的體驗行銷以吸引觀眾到訪等，都已是博物館行之有年的具體作法。博物館參觀雖已是旅遊的新趨勢，但仍

不能獨立於整體觀光主軸外獨立運作，博物館創造並善用文化亮點，與其他公部門、地方社群藉由異業整合及共同行銷，方能成為兼具推動在地觀光、促進文化產業交流、保存並推廣文化資產及認識當代文化生活的最佳實踐場域。

全球博物館與觀光

全球各大城市都有知名的博物館，也通常會吸引國內、外觀眾特地到訪，巴黎的羅浮宮、紐約的大都會藝術博物館和倫敦的大英博物館是2019年世界上訪客量最多的博物館，羅浮宮甚至接待了超過1,000萬人次的觀眾，其他博物館也都有600萬人次以上的觀眾到訪。博物館與觀光產業有著相互依存的關係，觀光客在行程中參訪博物館，擴大了博物館的宣傳效益，藉由參觀者在館內的多元消費，促進了經濟收益(如門票、導覽設備、餐飲、文創品等)；博物館為觀眾提供多元的展示內容、導覽、文化體驗和教育機會，讓觀眾可以在短時間內認識在地文化資產，豐富了旅遊體驗。

然而2020年新型冠狀病毒(Coronavirus Disease 2019, COVID-19)疫情襲捲全球，嚴重限縮人們的活動範圍及生活方式，全球觀光旅遊業一片愁雲慘霧，人與人密切接觸的藝文機構更是首當其衝。2023年疫情趨緩國境解封，藝文場館迎來久違的觀眾，但全球觀光及文化消費型態的轉變，讓博物館面臨不小的衝擊，博物館參觀人數遲遲未能恢復疫情前的水準。

觀光存在於人類社會所有地方，對於政治、社會、經濟、文化及國際關係等存在著深遠的影響，是許多國家用以振興經濟的產業，尤其在跨域移動頻繁的當代，更是地方化與全球化連結的重要指標(張育銓, 2011)。博物館搭著觀光的潮流，如何整合官方單

位甚至跨界尋求合作機會，共同形塑整體意象品牌，並透過整合行銷概念推廣文化觀光，將是勢在必行的策略，預期也可以應對疫情帶來的挑戰，有助於共推城市文化旅遊發展，並促進經濟增長和文化交流。

臺東觀光旅遊概況

臺東縣境南北狹長，面積約占全臺灣10%，海岸線長為臺灣之首，但人口居臺灣本島各縣市之末，觀光及農、漁產業為地方主要產業。歷史文化縱深三萬年，跨越舊石器、新石器到鐵器時代的史前文化遺址遍布；多元族群融合因而呈現文化多元性；農、漁特產豐富；自然資源則有高山、海洋、離島、縱谷等豐富的自然景色。縣府在觀光旅遊的施政計畫著重於推動邁向國際旅遊城市、發展慢經濟旅遊、推廣特色水／海域活動，另藉由舉辦國際活動、參與國內外旅展，期打造臺東觀光品牌，行銷旅遊市場。

臺東年度大型觀光盛事活動包含跨年晚會、臺東慢食節(4、10月)、熱氣球嘉年華(7至8月)、臺東最美女星空音樂會(7至8月)、東海岸大地藝術節及月光海音樂會(7至8月)、台東光祭(10至11月)、阿米斯音樂節(10月)、PASIWALI音樂節(11月)、國際衝浪賽(11月)、部落祭典、運動體育賽事(三鐵、馬拉松)等，以結合自然景觀、南島族群、藝術文化等特色吸引國內、外觀眾到訪。依據交通部觀光署觀光資料統計^①，2023年臺東觀光人次為5,587,815人，觀光旅遊淡、旺季明顯，7至8月暑假為最多、1月寒假春節次之、4月春假及10月國慶連假較其他月份略多，比對觀光旅遊人次分布與大型活動辦理時程大致相符。參觀據點中97%為戶外景觀遊憩區，且多數為免費景區；收費型室內藝文場館(博物館展示館類)參觀人次比例僅占整體旅遊人次之3.5%。

① 資料來源：交通部觀光署觀光統計資料庫。https://stat.taiwan.net.tw/scenicSpot

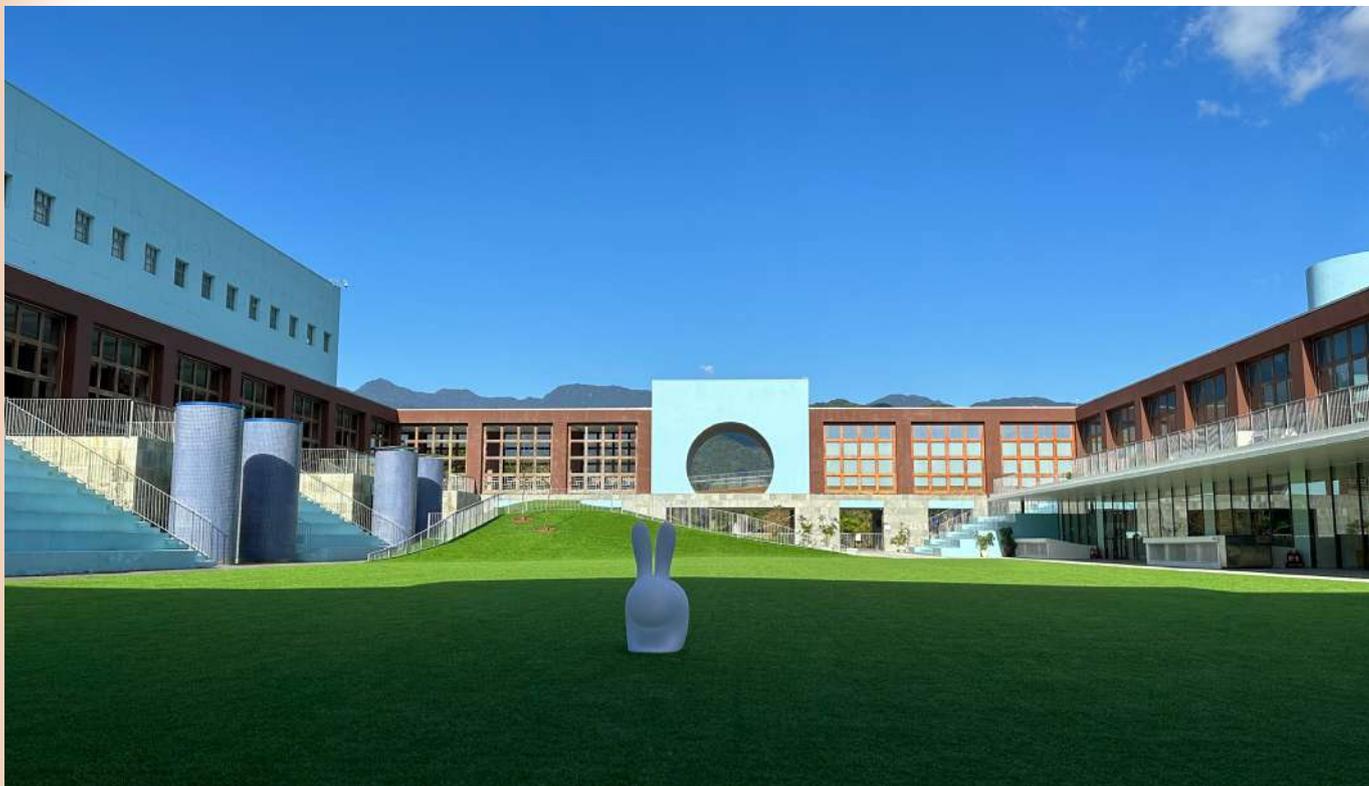
國立臺灣史前文化博物館(以下簡稱史前館)包含位於臺東的康樂本館與卑南遺址公園、在臺南的南科考古館，本文聚焦探討的臺東場館，緣起於現今南迴鐵路臺東車站興建工程，因揭開蘊藏豐富史前文物的卑南遺址而成立，是臺東具有獨特文化價值的重要景點。史前館隸屬中央，故往年臺東縣政府在發展觀光的策略、交通運輸動線、活動辦理場域時，皆罕見將史前館納入考量。從數據顯示，史前館參觀人次與整體來訪旅遊人口多寡呈現正相關，因而若博物館資源也能挹注或與地方觀光合作行銷，將可讓旅客止步於走馬看花行程，進一步深入認識臺灣的歷史與文化。

再造後史前館的優勢與劣勢

史前館2002年開館，是國內第一座以史前和原住民文化為範疇，包含博物館、考古遺址和自然生態公園，也是東海岸的第一座國家級的博物館。開館18年

後因建築空間及參觀動線不良、展示內容過於老舊無法反映當代議題等困境，2020年啟動建築空間再造與展示更新工程，歷時3年於2023年5月19日終於重新開館。開館時除逢疫情解封、觀眾回流，回應當代議題、擴大民眾參與的全新展示，落實友善平權、強調親子探索的體貼設計，在地品牌進駐與地方社群的串聯，讓史前館不僅只在同溫層拓展名聲，更吸引了嘗鮮朝聖觀眾的到訪，逐步帶動臺東地區旅遊的新風潮。近年臺東地方社群對南島族群航海文化與造船技藝的熱潮、地方政府著重南島族群政策及南島文化的交流，恰與史前館的展示內容關係密切，因此形成擴大串連的契機。

再造後的史前館建築空間通透舒適，流暢的參觀動線與空間，打破過往博物館嚴肅無趣殿堂式的形象，嶄新的建築是許多建築師團隊參訪臺東必定親臨的新標的，再訪的觀眾亦有截然不同以往的全新體



1

再造完成的史前館擁有開闊明亮的空間、流暢的動線、精采多元的展示內容與友善親子的環境，圖為史前館山之廣場的「來電草皮」

驗，再造工程為史前館樹立了新形象，而成為臺東新地標，順利地拓展跨領域客群。

臺灣史前史廳以「3萬年來生活在臺灣這塊土地上人群的故事」帶領觀眾一覽臺灣從舊石器時代以來的文化縮影。展示內容及文物可直接對應連結臺東現地考古遺址，深化國人對臺灣土地與歷史的認識。

南島廳從神話傳說、海洋文化、南島舟船、身分認同與環境議題等，提供地方社群與觀眾從多元視角理解南島文化面貌。史前館以深厚的學術底蘊，提供學術研究資源，將南島議題以跨國交流、南島講座、工作坊，建立對話平臺與合作網絡。

臺東縣境觀光景點多為戶外空間，而史前館是唯一知性娛樂兼具的室內場域，新設的親子探索館，吸引外縣市觀眾特地前來一探，親子閱讀及探索體驗空間，為學齡前後兒童提供教育、娛樂、知識共享的多元體驗機會。

但交通問題一直以來都是史前館迎接觀眾到訪須努力克服的不利因素，因位處臺東市郊，雖鄰近臺鐵康樂(史前館)車站但火車停靠班次少，若非自駕與團體包車旅遊，交通相對不便。公車每日僅有3班次且時段不佳，計程車費用相對較高，故博物館營運應設法改善交通易達性。



2



3



4

2

臺灣史前史廳述說「3萬年來生活在臺灣這塊土地上人群的故事」，圖為展廳內臺東長濱八仙洞遺址的復原造景

3

南島廳「世界開始的地方」動畫呈現包含臺灣雅美(達悟)族、排灣族、卑南族、阿美族、馬來西亞伊班族，以及吉里巴斯等地南島族群多樣的創世起源神話

4

以史前文化為主題之探索遊戲區，提供學齡兒童藉由觀察、尋寶、動手操作、想像與解謎任務等來認識史前文化

推展觀光之具體執行策略

史前館透過研究、典藏、展示、教育推廣傳遞文化資產保存與永續的理念，透過辦理多元主題之體驗活動及文化遊程、搭配觀光盛事聯合行銷、擴大旅宿業者結盟及培力觀光導覽人才、促成國際交流等策略與地方攜手共推觀光。具體執行之策略，以下分項說明之。

(一) 鞏固基礎向下扎根，貫穿展示主軸設計生動有趣的主题體驗活動及文化遊程，吸引觀眾主動參與展覽與活動，串起與觀眾的連結。

- 以縣境內史前遺址、南島族群為主題的文化走讀遊程，從文本及知識性的展廳導覽出發，走進現地遺址與原民部落，從河海山林學習傳統生態知識，再結合當代議題反思與環境的關聯，帶領從不同面向切入，提供觀眾深入了解文化特色的機會，增加文化資產保存的意識及深化教育內涵。
- 辦理以傳統工藝衍生設計的獨特的文化體驗活動，如史前製陶與燒陶、史前鑽玉、琉璃珠燒製、敲打樹皮布等，讓觀眾近距離接觸、在玩中學，結合環境教育和SDGs永續發展指標，同步實踐理解傳統知識。

(二) 以1+1>2的概念擴大串連聯合行銷

- 培力專業導覽人才，使其正確詮釋文化內涵。觀光遊程中導覽人員是認識文化最重要的推手，影響觀眾對文化的認知與印象甚大。史前館以志工為對象（多數為臺東旅遊專業導覽人員），開辦展廳導覽培力研習，提供專業考古與南島知識，避免產生錯誤的文化詮釋。
- 結合年度觀光盛事跨機關聯合行銷，擴大旅宿結盟開拓客源，以期間限定活動及參觀優

惠方案吸引觀眾到訪。2023年史前館與阿姆斯特音樂節協力，串聯音樂節現場與史前館場域，讓當代議題產生對話，觀眾得以從不同角度認識南島參與交流。2024年也將與觀光署體系的花東縱谷國家風景區管理處、東部海岸國家風景區管理處等合作，以包裹遊程或結合大型活動串聯與整合行銷。

- 開啟多方串聯加深博物館與在地連結，促成永續營運的契機。藉由與地方文史團體、學校、企業等合作，落實博物館的社會功能，擴大發揮博物館的影響力。史前館餐飲服務邀請南迴地方創生團隊進駐，不僅提供觀眾在地風土飲食串起與部落的連結，更提供走進部落認識族群文化的窗口。



5
從連結部落的走讀文化遊程，深入了解族群文化特色，增加文化資產保存的意識



6
以傳統工藝衍生設計的史前鑽玉體驗，獨特的文化體驗活動串起與觀眾的連結



7
構樹的傳播連結史前到南島族群遷徙的證據，史前館辦理文化研習融入敲樹皮布的文化體驗，同步實踐理解傳統知識與永續生活

(三) 創造亮點讓世界看見臺灣與臺東

- 以國際交流連結南島社群與組織，透過博物館合作夥伴關係進行國際合作交流展，吸引觀眾再度走進博物館。
- 與地方政府及藝文團體協力參與2024太平洋藝術節，透過展示、工作坊、工藝技術與其他國家之南島族群交流，藉此盛會讓世界看見臺東、看見史前館。
- 當代原住民藝術家創作融入展示回應當代議題，藉由軟性溝通的方式傳遞生硬的知識與文化脈絡。

結語

2024年順應交通部觀光署「Taiwan Tourism 2030 台灣觀光政策白皮書」重要目標，史前館結合臺東縣境內知性、多元的文化資產觀光魅力點，分別以史前文化與南島文化主題，串聯推廣特色遊程與獨有的文化體驗活動，期能連結臺灣歷史文化的縱深與南島族群的廣度呈現給旅客，一同展現臺灣價值。

博物館可以為社會貢獻什麼？又或博物館可以怎麼結合在地？博物館新定義展現了更宏觀的社會關懷，倡議文化近用、擴大觀眾參與形式，在博物館的平臺裡實踐共享、包容、知識分享與永續的社會責任，朝向成為大家的博物館努力前進。

*本篇照片皆由筆者攝。

參考文獻

- 王雅璇 (2022)。我們所見、所想與所望：博物館定義之擴展與新局。臺灣博物季刊，41(4)，6-13。
- 林玟伶 (2022)。博物館新訊：博物館新定義結果出爐：走向未來的起點。文化部博物之島。
<https://museums.moc.gov.tw/Notice/NewsDetail/8d8a3e73-0f43-4b2e-a439-1e97eadc11f6>
- 張育銓 (2011)。族群觀光研究為觀光人類學的貢獻與限制。觀光休閒學報，17(1)，25-48。