

出國報告（出國類別：國際展會）

「工藝說戲科技創新展示計畫」國際展會：
美國博物館協會年會暨博覽會考察

服務機關：國立傳統藝術中心

姓名職稱：林芳宜約聘行政管理師、許天俠約聘助理編譯

派赴國家：美國

出國期間：103年5月16日至5月23日

報告日期：103年7月21日

摘 要

本中心為推動「工藝說戲科技創新展示計畫－國際展會出國計畫」，本次參與美國博物館協會之 2014 年年會暨博覽會，於博覽會設置展示攤位，結合數位多媒體與互動科技，將本中心科技創新成果予以呈現，促進博物館展示技術交流。

美國博物館協會 (American Alliance of Museum) 2014 年會暨博覽會 (2014 Annual Meeting & Museum Expo) 規劃於西雅圖舉行，共計超過 250 個參展單位、4500 位報名人員 (其中 460 位來自 50 個不同國家)、160 項會議或課程。

本次參訪行程，包括於博覽會協助設置攤位及負責現場解說，亦報名年會各項活動與課程，吸取他國博物館產業發展經驗以及專業組織籌辦會展概況，作為本中心未來推動相關政策之參考。期待透過參與展會，能夠深度觀摩美國博物館產業之商業運作模式，俾利本中心未來巡迴展或文創智財授權之業務操作，創造更多文化輸出機會。

目 次

壹、前言.....	4
一、國內、外環境情勢分析.....	4
二、本部政策現況分析.....	4
(一) 相關政策.....	4
(二) 現況分析.....	5
三、參訪緣由與目的.....	6
貳、行程安排及參訪議題.....	7
一、參訪行程.....	7
二、參訪議題及內容.....	7
參、參展心得.....	8
一、執行內容暨參訪蒐集資料.....	8
(一) 本中心博覽會攤位設置.....	8
(二) 年會各項課程會議參與.....	9
(三) 當地博物館參訪.....	13
1.參訪亞洲博物館.....	13
2.參訪體驗音樂博物館.....	14
二、效益、檢討與心得.....	16
(一) 本中心形象攤位獲得關注.....	16
(二) 具體產業交易操作經驗有限.....	16
(三) 年會辦理細節值得學習.....	17
肆、建議事項.....	19
一、立即可行建議.....	19
(一) 建立務實便捷的大型活動辦理方式.....	19
二、中長期建議.....	19
(一) 與舊金山亞洲博物館館際合作洽談.....	19
(二) 建立常態性國際巡展諮詢平台.....	19
(二) 從文化交流到文創輸出、智財創價.....	20

壹、前言：

一、國內、外環境情勢分析

2012 年，我國文化資產應用及展演設施產業之次產業「其他博物館、歷史遺跡及其他類似機構」營業額達到 262,096,000 元，較 2011 年成長 4.87%。但文化資產應用及展演設施產業整體外銷比重低，2012 年內銷收入為 1,005,813,000 元，外銷為 6,498,000 元¹。在國際間表演型及展示型場地產業鏈垂直整合並建立品牌形象同時，國內文化資產應用及展演設施產業仍屬起步階段。我國該產業規模與國際相關機構無法相提並論，且國內如何透過跨領域人才的運用，與授權機制平台的整備等來活化產業活力，皆是國內文化資產應用及展演設施產業需要面臨的發展重要課題。

典藏及藝術授權是國外博物館的重要收入來源之一，國內大型文化展演場所以政府機構為主，民間經營者多為企業贊助而成立，如何透過典藏及藝術授權機制將蒐藏品應用到各種領域，創造更多藝文與設計結合的創意，是近年熱門的討論話題之一。

此外，美國博物館調查顯示博物館採用行動科技之目的以提高拜訪率為主，滿足行銷及參觀者需求為次要目標。行動科技應用於展演場所提高民眾參觀意願手法研發相形重要。

2012 年，數位內容產業次產業與往前相比，「數位學習」成長幅度達 40.06%。數位學習在國際間教育競爭跨越邊界的情況下，各國不斷精進透過數位學習的方式吸引學習動力。數位出版與典藏目前仍以內銷為主，在平板電腦、電子書與智慧型手機裝置興起的趨勢下，將有助於數位出版及典藏業者。但因國人對於數位內容消費價格敏感性高，因此對於近年來全球景氣未見好轉環境下，對於數位出版及典藏業收入產生衝擊，與 2011 年相比數位出版與典藏營業額則為負 28.07%²。另因應新興技術發展需求，數位出版及數位影音領域專業人才轉型需求提高，行動應用程式 APP 所形成的新產業，也帶動相關專業人才的需求。

本計畫期望將新媒體藝術與數位科技，充分應用在博物館展示手法的創新之上，多元呈現臺灣傳統藝術融於常民生活的風貌。近年我國公立博物館嘗試結合數位多媒體科技技術及文化創意加值應用，策劃主題式之展示，引導民眾親身體驗、觀察臺灣各地方、社群的先民記憶與文化資產；同時進行文創商品開發，締造臺灣文創產業的創新服務輸出。

二、本部政策現況分析

(一) 相關政策³

¹ 參考文化部《2013 臺灣文化創意產業發展年報》，P.62-67。

² 參考文化部《2013 臺灣文化創意產業發展年報》，P.134-139。

³ 參考國立傳統藝術中心《藝術活水·創意聚落—文化展演鍊結科技計畫書》，P.19。

- 1.馬總統 2008 年文化政策：「提升本土藝術，結合最新科技，融入國際市場」。
- 2.馬總統 2011 年「黃金十年施政願景」施政重點策略「輔導核心藝術與創作之傳承及創新」：辦理觀光定目劇、科技與藝術的結合等計畫，進行跨界文化之輔導。
- 3.行政院提出之 6 大關鍵新興產業暨 4 大新興智慧型產業政策，推動「文化創意」、「觀光旅遊」及「雲端運算」等產業之發展，提升臺灣競爭力。
- 4.文化部政策的四個驅動方向：「泥土化」、「國際化」、「產值化」、「雲端化」，向泥土紮根，服務於庶民；向國際拓展，以「軟實力」領航；向雲端發展，讓文化與先鋒科技結合。
- 5.行政院 101 年 11 月 29 日核定「智財戰略綱領」及文化部「智財戰略綱領-強化文化內容利用」行動計畫。
- 6.行政院 103 年施政方針：「鼓勵多元藝術創作，輔導傳統藝術保存與創新，發掘新生代創作人才」、「促成藝術加值應用與跨界結合，建立科技與藝術共構平臺」、「媒合優良展演作品與展演場所，強化劇場經營與行銷，結合民間資源，協助藝文團隊拓展海內外市場」；「建立科技與藝術共構平臺，輔導跨界創作與藝術加值，提高藝術團隊競爭力」。

(二) 現況分析⁴

- 1.文化部於 2012 年開發並建置「文物典藏管理共構系統」供本部及所屬機關使用，並以文典作業完備之「國立臺灣博物館」、「國立臺灣美術館」、「國立臺灣歷史博物館」為建置基礎，且先期導入此 3 大博物館，進行典藏作業之管理，彙集藏品文物資料計約 16 萬件，於智財權盤點完成後，陸續提供民眾於單一入口整合性瀏覽檢索服務。另為能支援、介接文化雲重要之民眾端服務平台資訊內容，預估陸續推廣並導入其餘各所屬機關使用，使各機關之藏品皆採標準化之管理作業，期能精確、有效的維運藏品文物，形成文物資訊資源共享庫，且能支援 APP 行動化文化服務網，展現臺灣活潑多樣之文化特質。
- 2.文化部為媒合科技與藝術兩種截然不同之專業領域，讓國內藝術界能有政府挹注資源，從事跨領域創作，自 2010 年起執行科技與表演藝術結合旗鑑計畫，透過補助方案，協助表演藝術與科技機構對話，以科技協助完成具高產值之藝術創作計畫，培植多媒體數位藝術及表演藝術之跨界鉅作，並辦理數位表演藝術節，邀請國際知名跨界合作表演藝術團體來台演出，與國內團體共同聯演，提昇國人表演藝術創作力，進而提高國際競爭力。
- 3.文化部有感於於文化資源分散，同時行動載具與雲端科技興起，於 101 年提出「文化雲計畫」，期能善用雲端科技可大量儲存、運算及隨時隨地分享的特性，將現有各文化機關與團體擁有之網站與資料庫等文化元素，予以盤點、整合為文化資源

⁴ 參考國立傳統藝術中心《藝術活水·創意聚落—文化展演鍊結科技計畫書》，P.19-21。

庫，以開放資料方式，提供民間加值利用。同時開發示範性行動應用程式，提供即時、便利的文化資訊服務。另為文化創新服務，保存文化與促進全民參與文化建設，建置國民記憶資料，鏈結社群平臺，匯集全民文化創新。文化雲計畫核心概念為「藝文內容+整合行動服務+分享」，其中藝文內容是最重要的基礎。透過盤點、整合與開放各藝文機關（構）數位文化資源。建立單一整合服務平台。從文化業務流程切入，由資料來源單位導入使用，以提供民眾完整、正確、即時之整合資訊。

- 4.本中心為傳統藝術典藏、保存、展演、教育、推廣之專責機構，下轄國光劇團、臺灣豫劇團、臺灣國樂團、臺灣音樂館 4 個派出單位，並擁有佔地 24 公頃兼具文化傳承與體驗旅遊之「宜蘭傳藝園區」。多年來傳藝中心致力於傳統藝術之研究、創新及加值運用，典藏有 4,000 餘組件之傳統藝術文物。自民國 91-93 年陸續執行計 24 項數位典藏計畫，共完成 31 餘萬筆之數位化物件，陸續建置五大主題知識網、臺灣節慶之美、歌影隨行、典藏傳藝、臺灣音樂群像資料庫等 10 餘個主題網站及資料庫。另已開發包括傳統工藝、傳統戲曲、傳統偶戲等 124 種傳統藝術主題線上學習課程，成果豐碩且深具推廣價值。傳藝中心計畫除了延續文化雲計畫之概念「藝文內容+分享+整合行動服務」，運用著作財產權保護與授權機制，結合傳藝中心傳統藝術典藏元素、傳藝園區及國家級劇樂團等獨有資源，開發具示範性的文化創意加值運用模式，鼓勵民間共同投入開發傳統藝術潛能，創造文創產值外，使科技元素和傳統表演藝術元素徹底融合；並藉由藝術創作，將科技應用於表演之中，將傳統藝術展演與時代接軌，達到整體藝術的提升。

三、參訪緣由與目的

本中心推動「工藝說戲科技創新展示計畫－國際展會出國計畫」，選擇全球各地重要展會加以參與，藉以推動國際宣傳活動。

本次參與美國博物館協會之 2014 年年會暨博覽會，於博覽會設置展示攤位，陳列內容以本中心臺灣音樂與歌謠典藏文物為素材，結合數位多媒體與互動科技機臺，使參觀者能經由多感官體驗與傳統藝術更加接近。寄望能藉此於國際平台上擴展傳統文物展示形貌的多樣性，將本中心科技創新成果予以呈現，促進博物館展示技術交流。

另藉由多媒體影片、書面文宣，同步宣傳本中心亞太傳統藝術節、臺灣戲曲中心等多元主題，提高國際能見度。

且期待透過參與展會，能夠深度觀摩美國博物館產業之商業運作模式，俾利本中心未來巡迴展或文創智財授權之業務操作，創造更多文化輸出機會。

貳、行程安排及參訪議題

一、參訪行程

日期	考察行程	所在地點
5/16	臺北－西雅圖	
5/17	早上：確認博覽會場地	華盛頓洲會議中心
	下午：參訪亞洲博物館	亞洲博物館
5/18	上午：佈置博覽會會場	華盛頓洲會議中心
	下午：參與年會課程	華盛頓洲會議中心
	晚上：參與年會歡迎派對	西雅圖博物館
5/19	上午：參與年會課程暨執行博覽會攤位解說	華盛頓洲會議中心
	下午：參與年會課程暨執行博覽會攤位解說	華盛頓洲會議中心
	晚上：參與夜間交流活動	Frye 藝術博物館
5/20	上午：執行博覽會攤位解說	華盛頓洲會議中心
	下午：參訪體驗音樂館	EMP 體驗音樂館
5/21	上午：參與年會課程暨執行博覽會攤位解說	華盛頓洲會議中心
	下午：協助博物館攤位撤場	華盛頓洲會議中心
5/22	西雅圖－臺北	
5/23	西雅圖－臺北	

二、參訪議題及內容

美國博物館協會（American Alliance of Museum）是該國博物館產業的聯盟，成員包括：博物館、策展人、展場設計公司、展示軟體開發公司等，致力於蒐集並分享各類知識、經驗來強化博物館運作。該協會從 1906 年開始，每年選擇美國不同城市召開年會。

2014 年會暨博覽會（2014 Annual Meeting & Museum Expo）規劃於西雅圖舉行，共計超過 250 個參展單位、4500 位報名人員（其中 460 位來自 50 個不同國家）、160 項會議或課程，乃世界各地博物館專業人員交流的重要盛會。

本次參訪行程，除了於博覽會協助設置攤位及負責現場解說之外，亦報名美國博物館年會各項活動與課程，吸取他國博物館產業發展經驗以及專業組織籌辦會展概況，作為本中心未來推動文化資產政策之參考。

參、參訪心得

一、執行內容暨參訪蒐集資料

(一) 本中心博覽會攤位設置

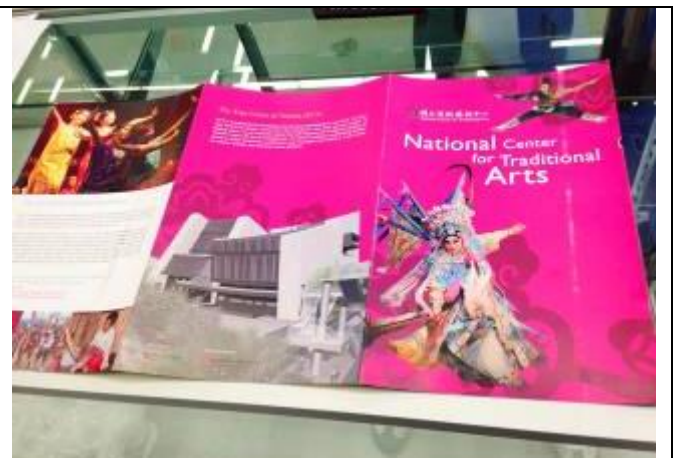
今年的年會暨博覽會舉行地點位於華盛頓洲會議中心。本中心攤位由頑石創意股份有限公司規劃執行，其整合中研院臺灣史研究所及本中心兩大機構，構成一個類似臺灣專區的形象攤位。

本中心第一次於美國博物館年會暨博覽會內設立攤位，本次展覽透過數位創意的巧思與運用，將本中心典藏的 1930-40 年代臺灣歌謠，透過操作系統整合了攝影鏡頭、動畫操作介面、SENSOR 感應器與機台加，重現老唱盤的聆賞體驗，且可錄下體驗者的感受，可算是博覽會令人新奇的科技展示之一。除了體驗機台外，亦展出臺灣音樂館實體文物收藏，在博物館攤位區中實屬罕見（其他攤位多透過影像及紙本文宣加以說明，罕有展出文物）。

本中心攤位展示重點包括三種媒介，包括：臺灣歌謠唱片數位體驗機台、臺灣音樂館典藏文物（手稿、曲譜、出版品）實體陳列，以及大型液晶螢幕不斷輪播本中心機關英文簡介、亞太藝術節及臺灣戲曲中心介紹影片，此外再加上印製紙本宣傳折頁，提供參觀者索取留存，透過多元方式建立本中心初次參展的機關形象。



本中心攤位區外觀



本中心介紹文宣



攤位展櫃陳列臺灣音樂館收藏史料



展櫃陳列南北管曲譜及重要出版品收藏



展櫃陳列臺灣重要音樂家手稿



臺灣歌謠數位體驗機臺

(二) 年會各項課程會議參與

1.課程一：Organizing U.S. - China Traveling Exhibitions: Strategies, Audiences, Resources and Challenges

(1) 日期：5月18日 14:00

(2) 內容摘要：

本場次主要邀請上海博物館、廣東博物館、美國迪美博物館、泰瑞美國藝術基金會、美國藝術聯盟等四個機構的代表，分享美國赴大陸、大陸赴美國巡迴展覽的發展趨勢。

上海博物館胡江副館長分析，該館近年從國外陸續引進以世界古文明為主題的展覽，廣受民眾歡迎，參觀人次及文創商品販售額都創下紀錄。該館則致力中國書畫主題展覽輸出，巡迴英、美、日本等國。

美國迪美博物館行銷經理則分享該館進行大量的參觀者測試，並實際剖析該館行銷「大陸故宮紫禁城文物展」時，因為美國人對於中國歷史充滿各種陌生、遐想與刻板印象，故經過諸般沙盤推演及文化轉譯工作後，該館才終於突破困局，成功將異國文化推銷給美國民眾。

2.課程二：U.S. - China Traveling Exhibition and Proposal Exchange

(1) 日期：5月18日 15:30

(2) 內容摘要：

本交流會安排五個大陸方展覽及五個美方展覽，分別進行五分鐘的展覽大綱展示。共計包括大陸地區的山西博物館、中央美術學院美術館、郵政博物館、農業博物館等，以及美國的自然歷史博物館、美國藝術聯盟、菲利普收藏博物館等參與簡報。

各團簡報後，與會專家建議推動國際巡迴展，務必需要優質的翻譯員，明

確的展覽描述文宣，內容需包含展品特色及件數、精美圖示、展區空間或坪數需求、展出價格等訊息，以利他國主辦單位評估是否邀展時，能有充份的資訊得以參研議。



大陸及美方巡展交流會議現場



大陸及美方博物館產業代表

3.課程三：Small Museums: Big Changes

(1) 日期：5月19日上午 08:45

(2) 內容摘要：

本場次議題針對小型博物館與專業博物館如何因應小眾、地點偏遠、經費困難等問題，突破「小」的局限，找到成功的契機。由美國東南博物館協會 (Southeastern Museums Conference) 營運總監 Susan Perry 邀請三個特色博物館的營運總監，分別就他們的經驗，探討特色博物館的經營之道，分享案例分別為：

A. Chenryl Taylor：美國密西西比三角洲博物館營運總監 (Museum of Mississippi Delta)

密西西比三角洲博物館原的名稱為 Cottonlandia Museum，表現出南方以棉花為主要產業的特色，博物館也以美國南方的歷史與風土民情為主要內容。該名為 Mississippi Delta 之後，更改識別標誌，由圓形古典風格的原型標誌，改為現代感、且加上網址的現行標誌，業務指標調整為密西西比三角洲的人文歷史與藝術的結合。該館透過主題活動，成功拉近博物館與民眾的距離，Chenryl Taylor 表示，該館的定位是居民的博物館，因此如何與當地民眾緊密連結，是該館的主要目標。她進一步表示，該館的辨識標誌雖具有現代感，但卻無法針對各特色活動產生連結，因此該館的行銷策略沒有辨識標誌的行銷，而是以各活動的特色設計專屬標誌。親民的特色活動，可以活化一個以展示歷史為主軸的博物館，藉此也能與當代的民眾發展永續的連結。

	
<p>密西西比三角洲博物館更名後的新標誌</p>	<p>館內以美國內戰歷史為最主要的展覽</p>
	
<p>美國南方人的生活與人文背景是該館特色</p>	<p>以活動特色設計專屬文宣</p>

B. James Burms：美國亞利桑那州西部沙漠騎士博物館營運總監(Desert Caballero Western Museum)

位於沙漠地區的沙漠騎士博物館曾於 2008 年面臨營運危機，當時除了超過十萬美金的負債之外，博物館完全沒有任何可支用的現金，在經過各方面的深度評估後，博物館決定繼續營運，首先由董事會捐款解決原有負債、原年度營運經費為 170 萬美金，刪減 60 萬美金、減少百分之四十之工作人員、重整期間暫不聘任新的營運總監、由策展人兼任總監。經過 2009 至 2010 年的節約與調整之過渡期，自 2010 年起，博物館的經濟狀況進入穩定期，每位全職人員都擔任館內兩份正職的工作，並且開始恢復每年 1 至 2 個常態展覽的規劃。然而當 2010 年新任營運總監就任時，發現雖然該館經濟狀況已穩定，但因兩年的節約期，專職人員的工作負擔過大，造成工作應變彈性不佳、展覽更新過慢，且在董事會、當地政府、民眾之間功能定位不明，因此再進入第二階段的變革，除了改善博物館與各關係人的互動之外，並設計新展覽、推廣教育專案、建立贊助者機制，以特殊的西部墾荒人文背景為該館核心業務指標，以「歷史上的西部故事、新的西部沙漠與未來的西部世界」為展區規劃架構，終於在 2011 年全新上路，至今會員成長百分之四十，並與鄰近觀光景點策略聯盟，提高到館參訪人數。John Burns 認為，除了健康的組織結構之外，良好的民眾關係和展覽的特殊性是該館扭轉危機的關鍵點。



西部沙漠騎士博物館，地標是一位跪下感謝上帝降雨的騎士青銅像，典型的美國西部文化符號，也彰顯該館的特色。

C. Shelly Ritter：美國密西西比三角洲藍調博物館營運總監(Delta Blues Museum)

三角洲藍調博物館成立於 1979 年，為全世界第一個以藍調設置博物館的主題博物館，原本是卡內基公立圖書館分館中的一個特展室、1981 年移至該圖書館總館一樓、1999 年再度遷移到密西西比州具有指標性的建築物—伊利諾貨運站。經過空間的規劃整理、展區的設計、甚至爭取將該館成為密西西比藍調公車停靠站等。2003 年為藍調年，藉此契機，該館為館藏與空間昇級，2013 年該館獲頒美國博物館與圖書館之國家獎章。Shelly Ritter 表示密西西比是美國藍調的發源地，該館在策劃展覽時，也力邀相關的知名音樂人士前往該館參觀，不僅讓音樂家們備感尊敬，也透過音樂家的知名度，帶動民眾前往參觀的興趣。她認為藍調的樂迷雖然不能跟流行歌曲相比，但這反而成為該館的優勢，因為要看到藍調的歷史、音樂家們的文物、甚至想要直擊音樂家，民眾心中的首選便是該館。



三角洲藍調博物館從圖書館的一個展覽室，成為獲頒國家獎章的特色博物館。

(三) 當地博物館參訪

1. 參訪亞洲博物館 (Seattle Asian Art Museum)

西雅圖亞洲博物館為西雅圖博物館原址，座落於志願者公園 (Volunteer Park) 內，該建築物充滿裝飾藝術時期風格。由當時的西雅圖藝術學院校長理察·富勒 (Richard E. Fuller) 與其母親瑪格麗特·富勒 (Margaret MacTavish Fuller) 捐獻給西雅圖市政府。西雅圖博物館在 1991 年移到市中心，在志願者公園內的史蹟建築則規劃為西雅圖亞洲藝術博物館 (Seattle Asian Art Museum)。

本次 5 月 17 日參訪該博物館，因館內不得拍照，未能拍攝館內空間與陳設情況。以下分別介紹參訪當日的常設展及特展內容：

(1) 常設展

該館舍運用大約三至四處完整空間，分別展出該館典藏常設展，蒐藏範圍包括中國、日本、韓國、中南半島的瓷器、玉器、佛像、書畫等。

(2) 特展

A. 特展一

DECO JAPAN: SHAPING ART AND CULTURE, 1920–1945

日本 1920 至 1945 年間裝飾藝術作品展

本展覽介紹第二次世界大戰前，日本在藝術發展產生具超前性和摩登感的發展趨勢，展出規模甚大，共計約 200 件作品，包括：雕塑、繪畫、版畫、陶瓷、漆器、珠寶、紡織品、家具等。

B. 特展二

HOMETOWN BOY: LIU XIAODONG

劉小東：金城小子特展

展出數十幅中國大陸當代著名藝術家劉小東，回到家鄉遼寧省金城鎮的系列畫作，以畫布紀錄其家人、朋友，同時使用日記、速寫、照片等多種形式，記載該段時間的生活。展場同時放映我國導演侯孝賢監製的同名紀錄片《金城小子》，通過影像多元呈現返鄉創作的歷程。

C. 特展三

INKED: WAN QINGLI

萬青男水墨特展

展出中國大陸著名美術史專家萬青男數十幅水墨幽默畫作，其畫風犀利，運用

水墨媒材刻畫當代社會弊病，記錄了日常生活中有趣或帶諷刺性的事物，尤其多以動物趣怪的外表和行為作為題材，間接反映現代社會的人生百態。

	
<p>亞洲博物館充滿裝飾藝術風格的外觀</p>	<p>兒童區亞洲服裝著色體驗活動</p>
	
<p>兒童區亞洲服裝試穿體驗活動</p>	<p>兒童區折紙鶴文化體驗活動</p>

2.參訪體驗音樂博物館（Experience Music Project & Science Fiction Museum）

於 2000 年啟用的音樂博物館由微軟共同創辦人 Paul Allen 贊助所建造，外觀奇特的建築出自普立茲獎得主、建築大師 Owen Gehry 之手，他同時也是西班牙畢爾包古根漢美術館、迪士尼音樂廳和 Gehry 大廈的設計者。與這些作品一樣，建築師採用光面的金屬和不規則的建築體為兩大元素，西雅圖周報稱之為「融化的吉他」。建築基地為 13000 平方公尺，位於西雅圖中心，緊臨西雅圖的地標西雅圖高塔，以流行音樂、流行文化、科幻小說與電影為展覽主題。

音樂博物館在空間規劃上分為流行音樂主題展、可容納 800 人演唱會的天空教堂、科幻體驗區、聲音實驗室等。流行音樂主題展主要以美國流行音樂的指標人物—吉他之神 Jimi Hendrix 和象徵搖滾精神的樂團 Nirvana 為主軸，從這兩者延伸出建構美國流行與搖滾音樂史的音樂人、事、物。現場展示多以原件文物，如吉他、樂譜、舞台服裝、海報等，再佐以音樂聆聽和影像觀看的方式，讓展現的文物意義更立體化。

館內除了天空教堂之外，佔地比例最大的當屬聲音實驗室，以樂器種類分區的聲音實驗室，提供實際的樂器，民眾可以進入實驗區彈奏樂器同時錄音，規畫立意雖好，但實際上各樂器區相距並不遠，亦無法再各區做足夠的隔音，因此整

個聲音實驗區非常嘈雜，也導致民眾體驗該區更流於走馬看花，並無法真正享受演奏樂器和錄音的樂趣。

全館最值得師法的，當屬展覽的規劃。整館雖分別規劃許多不同的展區，但是整所有的展覽彼此都有關聯，比如，參觀者若只對 Nirvana 有興趣，只單獨觀賞 Nirvana 的常態展覽，展品與提供聆聽的音樂都很豐富。但從 Nirvana 個別的成員所延伸出多條歷史發展，可以讓參觀者循線深入探究，最後從 Nirvana 本團歷史到成員各自的主題展示中，參觀者可一窺美國搖滾樂的一段重要發展與內涵。

這個策展邏輯可作為本中心未來結合演出與靜態展等多面向展覽之參考。



EMP 體驗音樂館外觀



巨型 MV 輪播投影天幕



主題特展陳設



主題特展音樂視廳牆



主題特展影音資料檢索機台



經典 MV 回顧區



經典 MV 回顧區



聲音實驗室之樂器體驗區



聲音實驗室之團練錄音室



登台演唱體驗攝影棚

二、效益、檢討與心得

(一) 本中心形象攤位獲得關注

本中心首次參與美國博物館協會博覽會設立攤位，參觀者反應良好，本中心攤位外觀設計顏色鮮豔、圖示豐富，在整個展區中可謂相對美觀，且陳列其他單位罕見的實體文物，且設有互動機臺可以體驗，吸引許多參觀者入內體驗。例如舊金山亞洲博物館許傑館長即對展示內容印象深刻，進而提出該館 2016 年邀請故宮赴美展出時，期望與本中心進一步洽談臺灣文化介紹週邊活動之合作可能性。駐西雅圖臺北經濟文化辦事處金星處長對本中心充滿興趣，其表示該處之前與西雅圖國際機場合作展出「臺灣文物展」及「台灣版印年畫特展」，於國際旅客頻頻穿梭往來之處展示台灣特色文化，未來亦可有所合作。整體而言，對於首次在美國博物館協會之博覽會參展而言，能讓協會會員對本中心從全然陌生到建立印象，踏出自我行銷的第一步。

(二) 具體產業交易操作經驗有限

今年在本中心展區相隔兩攤位的單位是「中美交流中心 (China Connect)」。該

中心的機構目標為向中國大陸地區的博物館介紹美國的展覽，同時，也向美國引進中國大陸地區的展覽，推動雙方建立館際合作夥伴關係。中國大陸地區近年興建許多博物館，對展覽的推出和引進需求量極大。美方諸多博物館及巡展公司皆有極高興趣與中國大陸博物館界建立合作關係。中美交流中心每年邀請大批中國大陸地區博物館代表赴美參與年會，今年更在年會 160 多項課程會議中，安插數次專題交流會，不僅建立平台，安排五個大陸覽展和五個美方展覽進行交叉說明，將展品內容、空間要求、巡展期程與價格進行非常具體的展售介紹，還規劃多項課程指導如何將大陸展覽推向美國，以及如何將美國展覽推向大陸。另外該中心還舉辦交流餐會，高調且手法綿密地將大陸地區的博物館產業推銷至美國。相對而言，本中心參與博覽會設立形象攤位，我國在美國地區卻沒有類似中美交流中心的機構協助幕後操盤、建立人脈、四處牽線，無法進一步達成實質的國際巡展邀請或智財授權交易，至為可惜。

(三) 年會辦理細節值得學習

1.開發大會專屬 APP 手機軟體

此次年會活動，主辦單位規劃許多課程與交流活動，超過 160 個專題講座、工作坊、外出參訪課程、夜間活動。大會開發手機軟體 APP，提供十分便利的檢索、行事曆、時刻提醒諸多功能，使參與者輕鬆掌握如此複雜且密集的活動訊息。

2.以數位技術取代紙本講義印刷

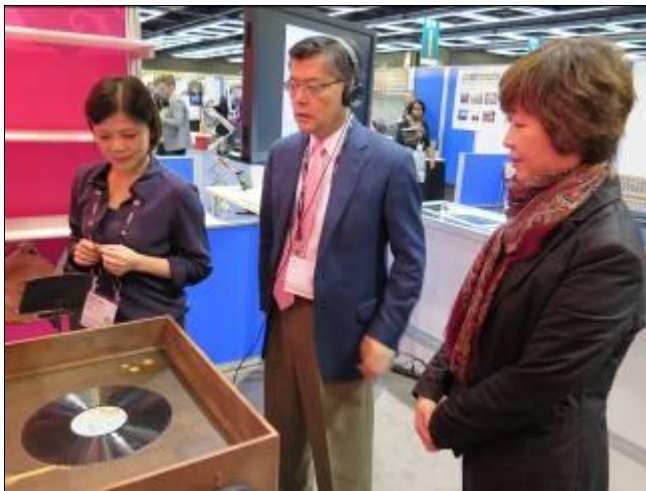
本次年會授課內容偏重實務交流，而非學術化的理論研討，且免除國內常見的研討論厚重論文集印製，現場未發放任何課程講義，會後提供各項課程的講者 PPT 及授課錄音的選購，有效減少紙張浪費，並且建置穩定經營的線上學習資料庫機制。

3.夜間活動促進從業者彼此情誼

晚間活動則軟化白日課程嚴肅紮實的態度，於各地博物館舉辦優雅的交流之夜，在輕食與藝文演出的烘托下，提供各國參與者建立交誼的機會，於短短三日內增進協會成員的專業知能與業界情誼。

4.課程辦理建立使用者付費概念：

本次年會各項活動皆需於活動開幕數週前完成報名及付費，徹底落實使用者付費觀念，讓報名者珍視自己參與的活動、重視自己的行程選擇、建立主動積極、付費學習的心態。這種作法可以減少主辦單位的支出成本，有效檢視各項活動及課程規劃之辦理效益。



舊金山亞洲博物館許傑館長蒞臨攤位參觀



年會歡迎之夜（於西雅圖美術館）



Frye 藝術博物館之夜安排舞者穿梭展間



Frye 藝術博物館之夜安排爵士樂團演奏



年會暨博覽會 APP



年會課程簡報及錄音洽購區

肆、建議事項

一、立即可行建議

(一) 建立務實便捷的大型活動辦理方式：

本中心經常辦理兩岸以及國際性交流活動，包括藝術展演、論壇、工作坊等類型，提供學者專家、從業人員、一般民眾報名參與。未來在推動相關活動時，無論是自行操盤或是委託廠商執行，皆可參考本次美國博物館年會諸多務實且便捷的辦理細節。例如：開發活動專屬手機軟體 APP，方便參與者掌握每日行程；與數位學習軟體業者合作，建置課程資料庫系統，以利參與者事後於線上選購、調閱每一課程的授課 PPT、講者現場錄音存檔等資料，讓學習機會無限延伸，且符合環保意識；夜間交誼活動可於本中心宜蘭、臺北、高雄相關館舍，現場提供輕食及藝文演出，讓餐與者享有專屬的交誼時光；另外破除免費參與窠臼，有信心地為特殊單元活動訂定價格，建立使用者付費習慣，促進參與對於活動的重視與珍惜。

二、中長期建議

(一) 與舊金山亞洲博物館館際合作洽談：

舊金山博物館將於 2016 年慶祝建館 50 周年，並邀請臺灣故宮出借典藏文物共襄盛舉。展會期間，該館館長於本中心展區參觀後，亦對本中心提出展演邀請。有鑒於本中心旗下擁有三個國家級表演團體—國光劇團、臺灣豫劇團和臺灣國樂團，因此初步以能展現華人傳統元素之演出製作為合作項目：

- 1.國光劇團《快雪時晴》：以王羲之作品〈快雪時晴帖〉為創作靈感，結合大型樂團與京劇唱腔，呼應舊金山亞洲博物館之特色，同時展現京腔之美。
- 2.臺灣國樂團《觀易賞樂》：以中國古老文化符號之一的易經作為作品靈感，結合互動科技，讓演出者與觀眾互動，展現聲光兼具的音樂會演出。
- 3.科藝新創製作《山海經》：以京腔、南音等傳統戲曲唱腔，勾勒東方最古老的神話《山海經》裡的主要女性腳色，搭配機械裝置與互動感應程式，在整個表演空間中建構山海經書中的場景，並藉由科技技術的運用，將書中的魔幻氛圍立體投射在觀賞者的四周。

(二) 建立常態性國際巡展諮詢平臺

文化部多年來協助中華民國博物館學會推動國際合作平台建置計畫，2014 年有多場國際博物館年會在臺灣盛大舉行，包括：5 月份國際博物館管理委員會暨國際

人權博物館聯盟(ICOM-INTERCOM & FIHRM)2014 臺北年會，9 月在台中舉行的國際博物館協會行銷與公關委員會年會；以及 10 月份將在台北舉辦的國際博物館協會國際區域博物館專業委員會年會，讓臺灣在今年成為國際博物館界的文化新亮點。

但是，相較於前述活動，美國博物館協會所舉辦的博覽會，內容更偏向強調產值的大型商展活動，過去數年僅有文化部、故宮、中華民國博物館學會間斷性派員參訪，未有穩定長期的設攤展示行動，亦未有策略地協助國內博物館處理展覽輸出、接洽國際巡展的作為。

建議文化部或博物館學會可參考「中美交流中心(China Connect)」運作方式，組織常態性的連繫平台，藉以積累我國博覽會國際巡展的實力。

(三) 從文化交流到文創輸出、智財創價：

本中心長年耕耘臺灣傳統藝術領域，加上旗下三個表演團隊與專責音樂事務的臺灣音樂館，對於傳統藝術領域的從業人員、發展現況與需求等，都有全面與深度的理解，實有足夠的能量與經驗作為臺灣傳統藝術國際輸出與交流的窗口與平台。建議作法如下：

- 1.了解國際需求，擬定交流菜單：以市場供需原則，對各國、各區域的邀演需求、市場喜好等，做全盤認識、建立檔案資料，再與本中心可輸出之展覽與演出媒合，或鎖定特定交流對象，為國際交流量身打造，可事半功倍達到文化交流即輸出的目的。
- 2.以巡展為目的，設計特色靜態展覽：先以國內及國際巡展進行技術基本需求的標準流程設定，進行策展規劃的同時，針對個案的技術需求與經費規模，進行整體規劃，以免進行巡展時耗費過多材料與經費。除展覽必備之導覽專冊之外，建議主題特色、技術規模、展品清單等，建議製作行銷展覽用之簡介手冊，以利作為行銷展覽時之用。
- 3.以大帶小，介紹臺灣民間中小型團體與藝師：除本中心所屬表演團隊演出外，可考量在靜態展覽巡展時，搭配可呼應展覽主題之民間中小表演團體、或藝師之演出，除了增加靜態展覽的觀賞項目外，更可落實本中心作為臺灣傳統藝術國際交流平台的任務。
- 4.以戲曲中心為據點，策辦國際性展演，作為實值國際交流籌碼：國際交流首重有來有往，本中心策辦十二年之亞太傳統藝術節向來為年度重頭戲，邀請眾多國際團隊來台演出，未來進駐戲曲中心後，除原有之亞太傳統藝術節外，亦可規劃戲曲類或音樂類系列展演，作為本中心與各國洽談交流事務之籌碼。