

臺灣文獻專題系列演講：博物館行銷

本館於101年4月11日(星期三)下午1時30分至16時30分於文獻大樓2樓簡報室進行臺灣文獻專題講座，特別邀請行政院政務委員黃光男博士以「博物館行銷」為題，分享其博物館行銷的豐富經驗。當日前來聽講的來賓相當踴躍，想必是宣傳得宜所致，約有近百名，要大飽耳福。

黃博士表示目前雖不是博物館館長，但仍心繫臺灣博物館未來的發展與國際接軌等相關議題，期許以文化、藝術之軟實力，提昇臺灣能見度與影響力。

黃博士從博物館的營運新思維、新營運方式、傳播媒體應用等面向切入博物館行銷策略，他指出博物館開館營運旨在於增進人們生活的「幸福感」，滿足求知欲、增進信心，進而產生具有知識的文化情愫，是非營利事業中，最具長久的教育機構，有實證、歷史、社會、宗教性多元的知識寶庫，或亦可為文化表徵，是國力的展現與象徵。過去博物館或許是一個古文物、藝術品的貯藏所，往往以典藏作為研究資源、展示規劃、教育活動的基礎，而博物館從業人員以公務系統的行政人員為主導，或些許有多一事不如少一事的官僚心理，實有違博物館服務大眾的良善意旨。

如今社會大眾所期許的博物館是更趨多元，與過去營運方式已不可同日而語，積極朝向市場機制、以顧客為導向，將被動式「等待顧客上門」心態轉化為發揮巧思創意策辦展覽、活動，過程中大至展品徵集研究、擺設、情境營造、動線規劃等，小至請柬設計、媒體宣導應用、甚至博物館人員的投入、服務態度等，最終要吸引觀眾主動前來，進而達到觀眾自行行銷博物館之效益。

近年來各地方之文化機構，頻頻舉辦各項文化季、藝術季，或節日慶典活動，人力物力花費不貲，活動又過於頻繁、新意不足。黃博士以擔任臺北市立美術館與臺灣歷史博物館館長為例，即以企業化模式經營博物館，以大手筆方式陸續引進國外之「黃金印象—法國奧塞美術館名作」、「中國大陸兵馬俑」等多項空前轟動的國際大展，觀眾的踴躍程度和人數之多，創下單一博物館最高紀錄的先例，更獲國外媒體的關注報導。如此豐碩成果，除歸功於專業團隊獨到睿智的經營理念外，展品本身珍貴性、稀有性及展覽賣點都是媒體、企業主參與主辦、贊助的要素之一，強力透過網路資訊、電子媒體、電訊、平面媒體等造勢宣導，拉抬特展人氣；另延伸展覽功效亦複（仿）製展覽相關圖錄、明信片、展品等，不僅滿足觀眾「擁有」文物的慾望亦增進其認識展品的機會，為博物館作了最佳的行銷，足為國內博物館借鏡參考。

整場講演黃博士詼諧輕鬆又帶幽默的講授方式，拉近與聽眾之間的距離，更展現十足的親和力，誠讓聽眾人有「入寶山、不空手而回」的深切感受，獲益匪淺！最後，本館張館長貼心致贈本館書畫出版品《翰墨大觀-臺灣早期書畫專輯》、《走過書畫半世紀-李穀摩書畫創作臺灣早期書畫專輯》二書及講授紀念照乙幀，黃博士笑開懷，如獲至寶般的珍惜。