

面對新世紀轉變思潮中的博物館商店

羅欣怡 宜蘭縣立蘭陽博物館 總幹事

皮淮音 宜蘭縣立蘭陽博物館 規劃師

前言：博物館商店的演變

有關博物館商店正式起源的時間已難追溯，從早期附屬於博物館服務台的明信片販售架，逐漸地發展成為擁有獨立空間的商店。以紐約現代美術館 (Museum of Modern Art) 為例，由1939年位於博物館大廳的小型銷售櫃檯，至今已發展成為擁有3個實體博物館商店以及1個網路線上商店的規模，定期出版專屬的郵購目錄，並有一個專屬的銷售部門負責該館博物館商品的研發與販售（註1）。根據資料顯示，博物館商店儼然已經成為全世界零售貿易產業成長最快的部分之一（Gail Dexter Lord & Barry Lord, 1997）。如何經營博物館商店，成為新世紀博物館所面臨的新課題。

博物館商店支持著博物館的教育使命，它不僅是博物館教育的延伸，觀眾博物館經驗的延續，同時，也是博物館重要的收入來源之一。近年來，隨著公部門挹注在博物館補助資金的不確定性，博物館自身莫不絞盡腦汁地增加其收入來源。根據2003年博物館財經資訊的報導，博物館商店的販賣所得已經成為博物館最主要的收入來源（註2）。在絕大多數的博物館中，博物館商店實際地以其營收回饋博物館的展示及支持其教育目標。

為對博物館商店產業有進一步的認識，本文將由博物館商店的平台－美國博物館商店協會（Museum Store Association）談起，介紹其對提升博物館商店之營運所扮演的角色與提供之服務，並以大英博物館(The British Museum) 為例，闡述其博物館商店及博物館公司實際營運的操作模式。

面對來自全世界的競爭，新世紀的博物館商店是否已經整備以暇，隨時準備成功出擊？

博物館商店的結盟－博物館商店協會

有感於對博物館商店產業之資訊交流日益迫切的需求，於1955年時，由24個博物館商店的代表於紐約集會，成立了一個非營利的國際性組織－博物館商店協會（Museum Store Association，以下簡稱MSA），以期促進博物館商店經理人員學習博物館商店經營的新知，並有效整合博物館商店產業之專業。今日，位於美國科羅拉多州丹佛市的博物館商店協會總部，下設七人小組理事會以規劃及推展會務，並有九位全職的工作人員負責辦理協會相關事務（註3）。

MSA的會員種類分為博物館會員(Museum Membership)以及聯盟會員(Allied Membership)兩種。凡是非營利性、符合美國國稅局免稅許可、並擁有永久收藏品的機構，都可以加入成為博物館會員。因此，舉凡一般的藝術、歷史、自然科學等類別之博物館，以及其他如水族館、植物園、以及圖書館等組織，都可以加入成為此類會員。至於另一種聯盟會員，只要是非營利性、符合美國國稅局免稅許可，並且具有教育功能的機構均可申請加入，而不必然需要具有收藏品。

除了上述之博物館會員與聯盟會員之外，MSA另有三種加盟的類型，分別是參展商加盟(Exhibitor Affiliate)、商業加盟(Commercial Affiliate)、以及公司贊助(Corporate Sponsor)。