

該館是世界聞名的館，所以每日遊客仍是絡繹不絕，所以商品銷售之基本潛力仍相當看好，只是，若僅止於此，日後之銷售量恐有停滯甚至下降之虞，畢竟BMco所面臨的競爭是全世界而非僅止於英國國內，所以未來之競爭壓力仍會持續上升。

## 結論

近年來世界各公立博物館均面臨自籌經費之財務壓力，原本只專注於研究、展示與教育推廣之博物館，不得不開始關注於開發文化商品端之各項業務，從設計、行銷、販售、通路等，樣樣都是新的挑戰，起頭雖然辛苦，但是若能開闢出一片天，文化商品與賣店之營收，往往成為日後博物館生存的重要命脈。

在台灣，由於法令等條件之限制下，各公立博物館在開發文化商品部分，初期也遇到相當多的困境，但是近年來已漸漸走出各自的路，期待有朝一日台灣各博物館之文化商品也能打入全球銷售網絡，成為文化外交之最佳工具，同時也是最平易近人的教育推廣品。

## 附註

註1. 紐約現代美術館所設的3間實體博物館商店，除了位於曼哈頓第五大道、53街美術館主體建築旁、1999年由紐約知名的建築事務所（1100 Architect）所設計裝修完成之博物館商店(The MoMA Design Store, 53 Street)，另有2001年3月於紐約蘇活區所開設的6000平方英尺之旗艦店(The MoMA Design Store, Soho)，以及隨著博物館暫時搬遷至皇后區而設立的博物館商店(The MoMA Store, QNS)。詳細資料請參考www.mom紐約現代

美術館網站(www.momastore.org)。

註2. Museum Financial Information, 2003 2003 American Association of Museums，資料來源：www.museumdistrict.com。

註3. 資料來源：www.museumdistrict.com，資料時間：2004/4。

註4. 依據美國地理區位將全美分為佛羅里達、中亞特蘭大、新英格蘭、東北部、中西北部、西北太平洋、南亞特蘭大、西部地區等十大區域，各設一分會，由各地區分會之會員擔任分會會長。

註5. 2004博物館零售會議與博覽會之主題為：Thrive: Success in a Changing Climate。

## 參考文獻

- Mary Miley Theobald 2000. Museum Store Management. AltaMira
- Gail Dexter Lord & Barry Lord 1997 The Manual of Museum management London: The Stationery Office
- Neil Kotler & Philip Kotler 1998 Museum Strategy and Marketing San Francisco: Jossey-Bass Publisher.