



圖6. 袖珍配件展售區。



圖7. 知名品牌區。

第三個階段（2004-2006）

在談到本館的第三階段商品開發過程前，也先向大家提一提有關於所謂袖珍藝術同好目前在世界各地的分佈狀況。據統計，在全美國有將近200萬的同好規模，您能想像幾乎所有美國小女孩的房間都會擁有一棟屬於自己專屬的娃娃屋嗎！而我們的鄰國日本呢？他們在所謂的關東及關西地區，據統計也擁有接近20萬人的同好投入其中！而我們台灣呢？我們保守估計應該是200位不到（數據取得為本館每年所主辦的創作比賽參賽者人數總計）。雖然如此，我們仍然相當的樂觀，因為這表示我們還有相當大的成長空間！

以目前全世界風靡袖珍藝術的國家有美國、英國、加拿大、西班牙、日本…等國。特別是在美國、英國兩地為指標，因為他們都會定期舉辦相關袖珍藝術品的展售會，當地協會成員的分工相當細、講究專業，所以不論您是一般的嗜好者或是收藏家，應該都不會漏掉這樣的機會，在會場大大採購一番，儼然成為一個專有的小型供需市場。如您親自走一遭的話，絕對也會發現確實商機遍地。這也就是我們袖珍博物館想要建構的目標區隔市場，商品內容以獨特、趣味、附教育性…等條件發展出屬於本館所經營的市場區塊。

有鑒於本館的性質是以推廣袖珍藝術為首要，所以在未來的商品建構中，更要確立袖珍藝術品的佔有比例，至少以佔有本館所有商品的50%（近兩千項袖珍商品）為目標，這樣才能滿足各位同好的需求。

此階段目前已在執行，未來規劃大致有下