

列幾個方向：

1、持續加強袖珍配件內容，並導入參觀民眾更輕易的了解袖珍藝術之製作（規劃親自動手示範特區）。

2、提供專業人士主題化展售特區，以小型成品發表為主，並接受特別節日之主題袖珍商品設計訂購。

3、強化品牌形象，授權肖像商品，區隔一般之紀念品內容。

4、規劃出專屬的袖珍DIY教學材料包，使教材不僅於館內運用，甚至能推廣至幼教機構或是國小校園。

5、建立E化的行銷系統，並連結國外相關袖珍拍賣網站，以達國際行銷之目的。就如同目前本館已與合作對象開發出所謂十二分之一的中國袖珍傢具，內容涵蓋明式傢具及清式傢具…等。



圖8. 袖珍明式傢俱(比例12分之一)。

以上說明是個人的一點心得陳述。博物館的商品開發及賣店經營，在眾多的產業中想要脫穎而出確實備感艱辛，因為它先要有足夠的吸引動力讓民眾入館參觀後，才會造成消費形式。我想，這也是所有博物館同業必須努力的目標，讓博物館在整個大環境中發揮他們的功效，與民眾的生活型態結合，以使民眾易於也

樂於走進這樣的空間。我總認為一幅好畫可能就能感動一個人，況且一座博物館的動能呢！雖然自己也對「文化也是一個好生意」這句話套用在博物館產業不知是否合適而抱持著存疑的態度，但是個人總認為這是相當有趣及富挑戰的思維，也只有勉勵自己樂觀以對。