

的呈現，這也成為當地人選購禮品的重要訊息。

Petrovski, Leslite, 1999 Cultivating Your Customer Base. P.35 Museum Store Association.

不一定在博物館裡面 (Location)

是的，博物館商店並不一定只是開在博物館裡面。博物館可以主動深入一般人的消費場所，如百貨公司、機場商店街、網路商店等等。當然，在不同環境中出現，也

圖 6. 美國大都會博物館「Logo」手提袋商品。



必須衡量其生存條件。成功的案子雖多，失敗者也相對存在。以大英博物館為例，2000年時它便在人潮熙來攘往的街角設立專賣店，倫敦希斯洛機場也設有分店。另一例是大都會博物館，在紐約觀光客必造訪的洛克斐勒中心廣場便設有

大型商店，以滿足觀光客的需求。人人提著藍色、紅色、黃色的Logo手提袋走在街上，儼然是一種風尚。

在博物館度過一個愉快的週末

在未來，我們是否可以在博物館度過一個愉快的週末？不僅是一項課題而已，也不是座談會或研討會，而是趕快做吧！趕快去了解博物館可供開發的資源是什麼？你的參觀者需求些什麼？很快地你就能提供一些什麼來滿足參觀者。那你的博物館就會有第一筆的進帳，請添購一台收銀機吧！

參考文獻

黃光男 1997 博物館行銷策略 頁107。藝術家出版社。