



檔案知識+

文化商品展售試辦分享

世界各國無論是檔案館、博物館、圖書館或文化遺產等地點，不僅吸引世人駐足流連，其所展售的文化商品亦常被買回留念或贈送分享，滿足人們珍藏造訪回憶，並成為該等館舍或景點宣傳推廣的小尖兵。本文以檔案元素製作的產品為主題，分享本局試辦文化商品展售工作之心得。

國家發展委員會檔案管理局應用服務組科長 魏雅惠



本局文化商品展售區

為提升檔案的能見度及推廣性，國家發展委員會檔案管理局（下稱本局）除提供國家檔案應用服務外，亦透過多元行銷方式推廣檔案，包括展覽、檔案應用教育、教案研編及推廣，以及甫於106年10月試辦之文化商品展售工作等。本文以文化商品展售為主題，就本局如何轉化宣導品的角色，將其化為可展示、消費的商品，作為檔案推廣的媒介，拉近檔案和民眾的距離，創新檔案價值。

一、從文化產業談起

將文化作為一種產業，以軟實力之姿推動國家經濟發展已為世界潮流，聯合國教科文組織（United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO）將文化產業（Cultural Industries）定義為文化產品或服務之產出及傳遞，其中文化產品係指可傳達想法、符號及生活方式之消費商品，文化服務則可滿足顧客對文化的興趣或需求（註1）。



圖1 NARA國家檔案商店

圖片出處：美國國家檔案暨文件署網站

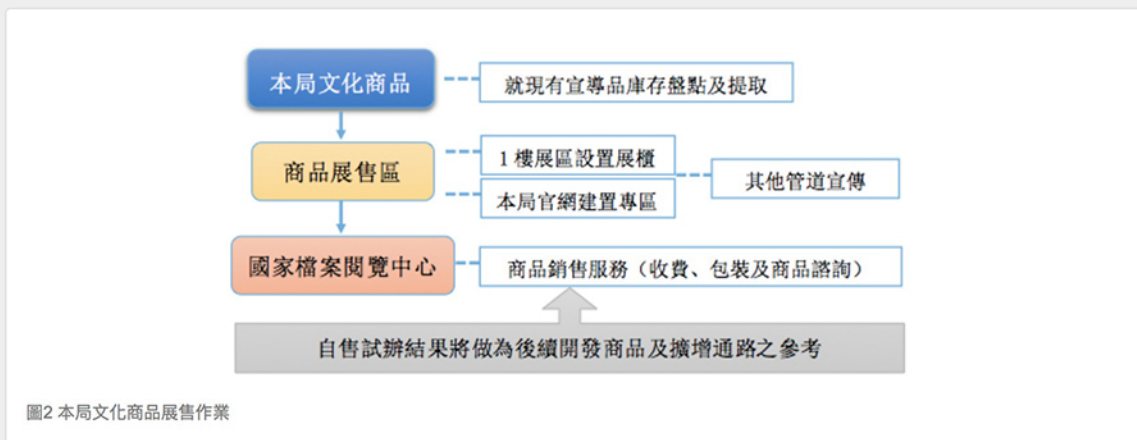
由此可知，無論是實體產品或無形服務，凡能傳遞文化內涵及特色，帶給民眾體驗和感受，均屬於文化產業的範疇。對國內外文化機關（構）而言，將具有文化特色的外形或內涵，透過擇選、研究、詮釋及轉化等加值應用方式，產製成各式商品，並予展售，已是常見的行銷推廣手法。

例如美國國家檔案暨文件署，運用所藏檔案製作成各式辦公文具或生活用品，將販售所得挹注於所舉辦展覽或公共服務及教育計畫（圖1），英國、法國及澳洲之國家檔案館亦有檔案加值禮品、海報等。國內檔案典藏機關（構）亦將原生素材轉化應用，以文化商品為媒介，提供民眾選購，感受並體驗文化之美。

二、文化商品展售之先期作業：從盤點到銷售

由前述檔案館或博物館商店運作來看，商品可謂檔案典藏應用推廣的媒介，為大眾親近檔案典藏的入門途徑。本局歷年擷取檔案外形或內涵加值製作的各式宣導品，能傳達檔案應用意識，實符文化產品的特質，除於國家書店展售外，亦提供交流之用。為轉化宣導品在業務推動上的角色，增進檔案推廣效益，本局經參酌其他館舍初期涉入文化商品展售方式，運用現有資源，針對商品盤點、展示及銷售等三部分擬具試辦方案（圖2），執行期程自去年9月起至107年6月30日止，相關內容摘述如下：

- (一) 商品盤點：就目前現有之宣導品進行盤點與整理，包括名稱、規格、成本價、數量及圖片等，計有特展或專案宣導品約16種又20項納入展售商品。
- (二) 商品展示：考量前開商品種類及項目尚少，未達一定程度之銷售規模，初期以本局實體展售為主，基於展位吸引力、動線便利性等因素，將商品陳列櫃設於臨近國家檔案閱覽中心的展區，並於本局官網、臉書及電子報等管道提供商品目錄，並發布訊息。
- (三) 商品銷售：銷售前規劃及確認商品庫存、定價、收費、包裝、諮詢，以及後續登帳、繳庫等事項。包括以製作成本價為商品售價，採現金或轉帳付費、現場或郵遞取貨，並運用現有素材包裝商品等。此外，銷售收入涉及年度歲入編列，因未能及時納入當年度預算，現階段採預算外繳庫；108年可將文化商品預估收益納入雜項收入。



三、文化商品展售正式上路

前開各項作業就緒後，本局文化商品展售區於106年10月20日正式上路，以小而美的旋轉式玻璃展櫃陳列商品，於國家檔案閱覽中心提供商品諮詢及販售服務，並透過各式管道進行商品宣傳。試辦迄今，消費客群主要為到局參訪團體或外賓，也有顧客因媒體報導前來消費或透過電話聯繫訂購。截至107年2月底止以金屬書籤、關金壹萬元檔案運動毛巾、吸水杯墊等為前3名熱銷商品（圖3）。前述最熱銷商品係擷取「檔案」二字搭配中式經典的古幣及雕花設計，以金屬材質作成書籤。其次，關金壹萬元檔案運動毛巾係運用本局所藏中央銀行在37年印製壹萬圓關金券樣張之檔案仿製而成，並以萬元擦汗既炫富又復古而以「炫復」命名。吸水杯墊則是以國父書寫「大道之行」為加值元素製作。該等商品具實用性，送禮自用外，亦值得收藏。在文化商品展售試辦基礎上，本局將持續透過特展或專案，運用國家檔案元素設計及製作多元文化商品，走進大眾生活，傳播檔案新價值。

四、結語


誠如漢寶德所說真正的文化商品，不僅能滿足大眾對物質生活的需求，亦能使其從娛樂中提升精神價值（註2）。對本局而言，一向給人嚴肅感的檔案典藏，透過創意加值方式，轉化成讓人易於親近的文化商品，不啻為運用檔案創造生活趣味的做法，更期以寓教於樂方式，讓大眾接觸檔案相關商品後，瞭解檔案不全然只是一紙紙公文，當中蘊含的故事值得發掘、品味，使檔案應用意識於潛移默化中形成。歡迎各界蒞臨本局文化商品展售區或上網瀏覽相關商品資訊（註3）。



圖3 本局前3名熱銷商品

註釋

1. UNESCO UIS, "Glossary", UNISCO UIS, <http://uis.unesco.org/en/glossary> (accessed February 8, 2018).
2. 漢寶德著。《文化與文創》。臺北市：聯經，民103。
3. 國家發展委員會檔案管理局－文化商品展售網站：<https://www.archives.gov.tw/Publish.aspx?cnid=100956>。

本電子報所載國家檔案資料採取創用CC「姓名標示-非商業性」 3.0 臺灣授權條款釋出，同意授權予不特定之公眾以重製、散布、發行、編輯、改作、公開口述、公開播送、公開上映、公開演出、公開傳輸、公開展示之方式利用，以及創作衍生著作。

本文檔案下載： 知識No129.pdf

本頁最後更新日期：107-2-1

本頁點閱瀏覽次數：304

129期專區	資訊專區	會員專區	下載專區
檔案瑰寶	徵稿訊息	訂閱電子報	簡報及桌布下載
檔案知識 ⁺	各期電子報查詢	取消電子報	精華版下載
檔案搶先報	回最新一期首頁		
回本期首頁			

歡迎您對檔案樂活情報提出寶貴建議，請聯絡：alohas@archives.gov.tw