

出國報告（出國類別：會議）

## 美國博物館參訪報告

服務機關：國立歷史博物館

職稱/姓名：館長/張譽騰

派赴國家：美國

出國期間：101/4/29-5/7

報告日期：101/7/20

## 目次

壹、出訪行程 .....	3
貳、前言 .....	4
叁、博物館研習活動摘要一：博物館賣店的成功關鍵 .....	7
肆、博物館研習活動摘要二：博物館賣店的佈置與設計 .....	11
伍、營利型博物館案例分析一：國際間諜博物館 .....	19
陸、營利型博物館案例分析二：新聞博物館 .....	27

## 壹、 出訪行程

日期	活動項目	說明
2012/04/29(日) 09:15 am	台北桃園國際機場出發	達美航空 DL-0276 經濟艙，東京成田機場轉機，達美航空 DL-0622
2012/04/29(日) 13:00 pm	抵達明尼亞波利斯	Minneapolis St Paul
2012/04/29(日) 18:00 pm	美國博物館協會大會歡迎晚宴	2012 AAM Annual Meeting & MuseumExpo
2012/04/30(一) 全天	美國博物館協會大會暨博覽會活動/明尼蘇達科學博物館晚間活動	2012 AAM Annual Meeting & MuseumExpo Science Museum of Minnesota
2012/05/01(二) 全天	美國博物館協會大會暨博覽會活動/磨坊城市博物館晚間活動	2012 AAM Annual Meeting & MuseumExpo Mill City Museum
2012/05/02(三) 10:30 am	明尼亞波利斯出發	前往首府華盛頓，達美航空 DL-1764
2012/05/03(四) 全天	參訪國際間諜博物館	International Spy Museummithsonian
2012/05/04(五) 全天	參訪新聞博物館	The Newseum
2012/05/05(六) 全天	參訪猶太浩劫博物館	The Holocaust Museum
2012/05/06(日) 12:35 pm	華盛頓出發	達美航空 DL-0629 底特律轉機，達美航空 DL-0275
2012/05/07(一) 21:50 pm	抵達台北桃園機場	

## 貳、前言

美國博物館協會本次年會訂於 101 年 4 月 29 日至 5 月 2 日在美國明尼蘇達州之明尼亞波里斯雙子城(Minneapolis-Saint Paul)舉行。年會的活動內容包括專題演講、研習會、討論會、座談會等上百場專業分享與交流活動，以及一項博物館相關產業大型博覽會等。為增加本次出席國際會議之附加效益並增進本館管理之專業性，會後並於 5 月 3 日至 5 日前往美國首府華盛頓特區針對近年設立及具標竿之博物館進行參訪。



美國博物館協會年會報到處



美國博物館協會年會專題演講



美國博物館協會年會博物館產業博覽會之一



美國博物館協會年會博物館產業博覽會之二

本次參加美國博物館協會，除了參加大會年會之專題演講活動及相關產業大型博覽會活動之外，主要目的有二：

(一) 針對美國博物館賣店的經營管理課題參加相關研習，共計兩場分別為：

- 1, 博物館賣店成功因關鍵(Keys to A Successful Museum Store)
2. 以增進銷售為目的博物館賣店佈置與設計(Museum Store Layout and Design Features that Increase Sales )



美國博物館協會年會研習活動

(二) 針對營利型態博物館的經營館管理進行實地參訪考察下列兩座博物館收穫最大：

**1. 國際間諜博物館(International Spy Museum)**



美國華盛頓特區國際間諜博物館

**2. 新聞博物館(Newseum)**



美國華盛頓特區新聞博物館

茲將在美國博物館協會參加博物館賣店的研習心得和兩座營利博物館的案例分折整理如下：

## 參、博物館研習活動摘要一：博物館賣店的成功關鍵



### 一、對博物館賣店的態度

博物館賣店不只是名稱，而是一種態度。

### 二、博物館賣店必須有清楚目的

1. 要能產生收入
2. 要有教育功能
3. 要有社區推廣功能

### 三、收入原因

1. 來館參觀
2. 來館目的性購物

### 四、博物館賣店的非經濟性影響

1. 博物館賣店銷售人員與觀眾者的互動頻繁
2. 博物館賣店是最佳終身教育場所
3. 好的博物館賣店通常會給觀眾留下深刻印象

### 五、博物館賣店的收入如何使用？

### 六、必須以企業方式經營管理博物館賣店

1. 要注意細節
2. 要研擬書面的經營計畫書
3. 博物館賣店的使命敘述

4. 管理/人事議題
5. 工作內容說明—書面
6. 數據蒐集與計算(基本)

收入	觀眾平均收入
交易次數	平均交易數
銷售單位數目	每次交易平均銷售單位
參觀次數	市場占有率

#### 7. 財務考量

運用機動採購系統(Open to Buy)

最重要的財務工具

幫助決定進貨量與進貨時間

預算

損益表

#### 8. 銷售時點情報系統(Point of Sale)

### 七、正確的產品組合

1. 聚焦在使命上一與創設目的無關之商業所得  
有限空間的最佳運用
2. 70/30 比例原則
3. 名氣要其來有自:深度/廣度/特色
4. 主要商品類型

### 八、行銷

1. 在所有行銷材料中都必須提到賣店的存在
2. 博物館網站與賣店網站的連結
3. 從實體賣店連到網站(標示牌、購物袋、收據)
4. 運用社群網路工具





## 九、功能性賣店配置與設計

### 1. 目標

讓顧客流連忘返

增加銷售

讓顧客逛遍整間賣店

創造有效視線

顧客經驗

防竊

增進博物館的整體形象

### 2. 收銀包裝櫃台的良好設計與適當位置

POS/登記、放置區

銷售消費者不易取得的產品

地點

客流模式

中央、賣店後方、週邊牆面

### 3. 夾具高度與商品密度深入空間

「眼睛到哪裡腳就會跟到哪裡」

## 十、優質的消費者體驗

1. 消費者體驗為何重要
2. 主動銷售是顧客服務的一部份
3. 同時服務一位以上的顧客



## 十一、比較數據(中位數)

1. 以淨銷售額百分比來計算銷售商品成本
2. 庫存周轉率
3. 每次交易的平均年度淨銷售額
4. 每位參觀者的平均年度淨銷售額
5. 賣店規模
6. 每平方呎的年度淨銷售額
7. 每平方呎的年度觀眾人數

## 肆、博物館研習活動摘要二：以增進銷售為目的的博物館賣店佈置與設計



### 一、決策鏈

1. 你的參觀者/顧客是誰？
2. 你的顧客會買些什麼？
3. 你的產品類別有何相對價值？
4. 展示產品的最佳方式為何？

### 二、成功賣店佈置目標

1. 讓參觀者流連忘返
2. 增進銷售
3. 讓參觀者能走遍全店
4. 創造能夠增進顧客體驗並避免偷竊行為的視線
5. 增進博物館的整體形象

### 三、指導原則

1. 體驗與產品地位相同
2. 大多數決策發生在賣店內
3. 賣店設計以銷售而非外觀為中心——不過當然還是得注重外觀
4. 賣店的每一個部份都必須能加強並確認博物館的品質、定價與認知



#### 四、賣店地點與規模

1. 在出口位置的右手邊
2. 最初估計：每平方呎零售空間每年平均 100 至 125 名參觀者  
根據產品選擇、目的性賣店顧客、參觀淡季與流動以及其他因素來調整  
規模上比需求小一點比過份龐大來得好

#### 五、辦公室與倉儲地點和規模

1. 最初估計：在賣店空間之外額外增設賣店空間三至四成的空間作為倉儲  
反推賣店內可用倉儲比例
2. 辦公室以及至少有一部份倉儲空間必須緊鄰並直通賣店
3. 店員不穿過零售區就可以直通倉儲與加工區

#### 六、周圍牆面

1. 最有效益的空間利用方式
2. 讓人喜憂參半的玻璃  
綜合運用玻璃和垂直裝置物  
利用周圍零售空間來平衡店內光線與視野
3. 展示櫥窗



## 七、第一線裝置物

### 1. 目標在於吸引參觀者走進賣店

與博物館迎賓區夠接近以期能吸引參觀者

充分的退縮空間以免造成賣店入口阻塞

有趣到讓參觀者能放慢腳步

做出強烈、簡單的視覺聲明

限定參觀者「接受」陳列的必要時間

### 2. 強調下列商品：

與目前展覽有關者

與最受歡迎展示有關者

與特別活動有關者



## 八、一般性裝置物



1. 讓商品成為明星
2. 具有彈性與可交換性
  - 可調式貨架
  - 垂直式的零售系統
  - 架上的獨立裝置物
  - 易接近性
  - 零售是一種觸覺體驗



## 九、商品密度與裝置物高度

1. 控制一堆堆的商品
2. 增加
  - 越往店內越高
  - 越往側面越高

## 十、水平陳列區

1. 增進銷售
  - 抓住參觀者的注意力
  - 鼓勵參觀者長時間逗留
2. 主要陳列主題
  - 常設展示單元/特別活動/附加/建議/季節性商品

巡迴展/臨時展/特展/慢銷型商品

## 十一、後方牆面



1. 像磁鐵一樣地有吸引力
2. 照明很重要  
應該是店內最明亮的區域之一
3. 以最高裝置物來看待之



## 十二、店內移動

1. 創造出清楚且有目的的步行交通模式
2. 達到平衡

走道太寬可能讓參觀者走太快

走道太窄可能會造成阻塞

正確的走道寬度會促使參觀者瀏覽店內商品

### 3. 商品類別位置

以兒童為對象的商品

顧客越需要花時間評估的產品就越需要「安靜」的空間



## 十三、收銀台

1. 顧客準備要走的時候，*他就是真的準備好要離開了!*
2. 結帳等待時間越久，對整體服務的觀感也就越低落。
3. 在保全與服務之間取得平衡
4. 不可以是參觀者往店裡看進去的第一個景象
5. 控制衝動型商品

參觀者最後與持久印象的一部份

6. 賣店中央位置

對於供應顧客無法輕易取得的商品極為有效

需要全面性的注意力

總是背對著賣店的某些部分

顧客可以輕易看到櫃檯後方有什麼東西

7. 賣店後方位置

參觀動線議題

對客戶的大量需求



#### 8. 側面位置

能夠看到店內大部分地方

具有安全感—對義工尤其如此

顧客無法輕易看到櫃檯後方

### 十四、樓地板

1. 柔軟、平滑、安靜

2. 賣店全區地毯鋪設，尤其是：珠寶/書籍/兒童區

3. 連接街道、食品或植物銷售區的入口可採硬地板

### 十五、運用標示作為銷售工具

1. 外觀

2. 店面/ 與交通動線垂直



### 十六、照明

1. 平衡

2. 環境

3. 軌道

大約位於裝置物前方 84 公分、距地面 2.9 公尺

4. 主要區域

越往後方越亮

利用燈光讓購物者停下腳步

走道末端需明亮

5. 降低反光問題

珠寶陳列櫃的內外照明比例為 2:1

珠寶需要相當的內部照明為之增色

6. 控制溫度

太熱會讓參觀者覺得不舒服而因此縮短參觀時間

## 十七、其他

1. 背景音樂

播放銷售商品、銷售播放商品

廣播

座位

逗留時間越長 vs. 銷售空間越少

## 伍、營利型博物館案例分析一：國際間諜博物館

### (International Spy Museum)

#### 一、博物館外觀



#### 二、博物館入口意象



### 三、基本資料

館名	<b>International Spy Museum</b>
標準字體	
網站	<a href="http://www.spymuseum.org/">http://www.spymuseum.org/</a>
地點	美國華盛頓特區
創辦時間	2002 年 7 月 19 日開館
創辦人	Milton Maltz (The Malrite Company)
造價	三千五百萬美元左右 (約台幣十億)
面積	將近 6,000m <sup>2</sup> , (1815 坪), 其中約 1,860 m <sup>2</sup> 為常設展示空間(563 坪)
設計單位	Smithgroup JJR、AES (Attraction & Entertainment Solutions Inc.)、
開放時間	上午十時至下午六時 (按季節/假日調整)
設施與服務	餐飲設施、兩項額外付費活動 (Operation Spy 與 Spy in the City)、教育活動、賣店。
展示概況	常設展示以各別間諜的故事、他們所肩負的任務與使用的工具和技巧來呈現間諜諜報的各個面向, 展示世界各地情報組織發明的工具並搭配歷史照片、互動展示、電影與影片等, 主要分成五個主題來表線。
觀眾概況	在開幕七年後迎接第五百萬名參觀者, 平均每年七十萬參觀人次, 遠高過開幕之初預估的五十萬人。
門票價格	全票 19.95 元, 老人軍警票 14.95 美元, 7-17 歲半票 13.95 美元, 六

(單位美元)	歲以下免費。十人以上團體可享優惠票。會員免費。
博物館活動	除了常設展示以外，館方尚且提供教育活動、兩項角色扮演活動、以間諜為主題的市區導覽並經營賣店與餐廳。教育活動根據不同的觀眾對象而有不同的計畫，角色扮演活動則為「Operation Spy」與「Spy in the City」，其中 OS 讓參加者扮演美國中情局探員執行任務（屬室內活動），SC 則讓參加者走向戶外，以華盛頓特區為範圍實際測試間諜技巧。

#### 四、使命

國際間諜博物館的使命在於以參與的方式讓民眾了解有關間諜活動的種種，提供一個活潑的脈絡，促進世人認識間諜活動在現今世界與歷史事件中的重要角色以及它所帶來的影響。博物館創辦人米爾頓·馬爾茲表示：「國際間諜博物館帶來的不只是歷史—更不僅止於資訊或娛樂—其使命在於反映出特務活動作為國家安全重要組成的重要性。」

#### 五、對象

老少咸宜，然而博物館網站上特別提到，年齡在十二歲以上的觀眾尤其能從展示中獲益。接待的學生團體必須在五年級以上。



#### 六、展示現況

常設展示包括五個部份：

1. 間諜學校：介紹間諜世界與間諜的基本技能與必備工具，探討人們進入間諜世界

的不同動機，以及他們吸收、訓練新成員與運作的方法。

2. 秘密歷史：自聖經時期至二十世紀早期的間諜史，探討蘇聯早期將間諜活動加以機構化的現象並描繪間諜科技如間諜攝影等的興起，並檢驗女性在間諜活動的角色，說明許多著名歷史人物如喬治·華盛頓和作家丹尼爾·笛福同時也兼具間諜身分。
3. 間諜就在你我之間：利用展示與影片檢驗第二次世界大戰期間的間諜活動，展現出真正的間諜故事。展示也探討了密碼製作與解碼活動的角色，並透過互動展示說明各種創造、破解與隱藏密碼訊息的方法。其中包括一個以間諜名人為題的展示。
4. 間諜戰爭：以冷戰為主題，利用二次世界大戰以後的柏林作為展示背景，詳細描繪英美在德國境內的間諜操作、作為東德政治警察的國家安全部、蘇聯的式微、間諜活動對通俗文化的影響以及圍繞著間諜活動的迷思。
5. 二十一世紀：以影片說明二十一世紀間諜所面臨的挑戰，並在以〈大規模毀滅武器〉為題的部份說明網路戰爭。









## 七、教育活動

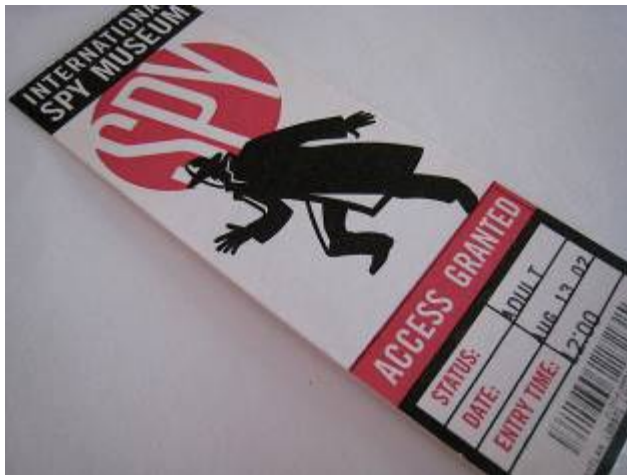
針對各種對象提供不同的主題活動，網路上有充分的教育資源（相關書籍背景資訊、行前準備資訊、間諜大字典等）供學校老師使用，並設有以兒童為對象的網路專區（遊戲、活動、相關書籍）。







## 八、門票



## 九、賣店





## 陸、營利型博物館案例分析二：新聞博物館(Newseum)

### 一、基本資料

館名	美國新聞博物館 Newseum
創辦時間	舊館於 1997 年 4 月 18 日開幕，2002 年 3 月 3 日關閉，遷址至目前位址，新館於 2008 年 4 月 11 日開幕
創辦單位	自由論壇中心 <a href="http://www.firstamendmentcenter.org/">http://www.firstamendmentcenter.org/</a>
館徽	
網站	<a href="http://www.newseum.org/">http://www.newseum.org/</a>
地點	美國華盛頓特區 555 Pennsylvania Avenue, N.W. Washington, DC 20001, USA
造價	四億五千萬美元，其中包括約一億美元的館址購置費用 (共約新台幣一百三十五億，一百〇五億為博物館硬軟體費用)
總面積	館區 643,000 平方英尺 (約 18,072 坪)， 博物館佔 250,000 平方英尺 (約 7,026 坪)
設計單位	James Stewart Polshek 與 Ralph Appelbaum
開放時間	每日上午九時至下午五時，感恩節、聖誕節與元旦休館
設施與服務	十五個展覽廳、十五間劇場、兩間攝影棚、互動新聞室、 會議中心、餐飲設施、住宿設施(未於後棟樓)、博物館賣店
展示概況	館內設有十五項常設展，搭配劇場影片放映與攝影棚活動， 此外並有巡迴展與特展
藏品	橫跨五百年的四萬份報紙、6214 件文物收藏

觀眾概況	每年約五十萬名參觀者(根據 2008 年資料)
門票價格	<p>全票(19-64 歲)21.95 美元(約新台幣 660 元)，銀髮優惠票 17.95 美元(約新台幣 540 元)，兒童票(7-18 歲)12.95 美元(約新台幣 390 元)，六歲以下兒童免費，家庭套票(四人)49.95 元(約新台幣 1500 元)。另有團體票優惠。(以上價格未含稅)</p> <p>地區學校團體(公私立學校 1-12 年級與大學學生團體)可免費參觀，需事先預約。</p>
博物館活動與服務設施	<p>除了常設展與特展以外，館方亦舉辦演講活動、劇場、電視節目(館內攝影棚)、教育活動、私人導覽、數位教室等，並在網站上提供十大重點導覽、兩小時重點參觀與家庭觀眾推薦活動資訊。</p> <p>館內設有四個賣店與兩座餐飲設施，賣店位於售票口內，館方會視情況開放未購票觀眾至賣店購物，餐飲設施則分別是由名廚沃夫岡·普克(Wolfgang Puck)經營的高檔餐廳，兩層樓的空間分別規畫為一樓的輕食區與二樓的高級餐廳，另一個餐飲設施空間則為美食區，提供簡單餐飲。</p>



門票(全票約台幣 660 元，可連續參觀兩天)

## 二、使命

新聞博物館的使命在於教育民眾，讓民眾了解自由社會中自由媒體的價值，並以獨特且吸引人的方式呈現世界重大新聞。新聞博物館將五世紀的新聞史與最新科技和互

動展示結合在一起，替參觀者帶來最獨一無二的博物館經驗。新聞博物館為公益慈善機構，經費來自個人、基金會與企業捐款，未接受政府補助。

### 三、創辦背景

新聞博物館由自由論壇中心 (First Amendment)創設。自由論壇中心於 1991 年在創辦人亦即前報業大亨艾倫·紐哈斯(Allen Neuharth)的主導下成立，是甘奈特基金會的後繼單位。自由論壇中心是一個不屬於任何黨派的非營利基金會，以維護人類新聞自由、言論自由和思想自由為宗旨，新聞博物館是該中心藉以實現其宗旨的方法之一，另一項是多元文化中心(Diversity Institute)。

### 四、經營概況

開幕於 2008 年 4 月 11 日的新聞博物館位於華盛頓特區賓夕法尼亞大道上，西眺白宮，東望國會山莊，鄰近還有國家美術館與史密森自然史博物館，是個大眾運輸便捷、易達性且高知名度景點。

該館營運經費來自自由論壇中心，完全倚賴門票收入、賣店經營、場地租借、特別活動、餐飲服務與企業捐款，並未接受政府補助。

由於主題特殊且內容豐富，在新館開幕後第一年吸引了超過七十萬人購票參觀，目前更成為華盛頓特區中最受歡迎的景點之一(在知名旅遊資訊網站 Tripadvisor 上排名第三)。

### 五、博物館入口意象



一樓入口出處展出全美報紙當日頭版。





博物館入口售票櫃台，進入前需要通過安檢，會稍為耗時，這是 911 事件之後，華盛頓特區特殊現象。



大廳空間寬廣，觀眾可以在走道上觀賞四呎高的高解析度螢幕。

## 六、展示區概況

新聞博物館共有十五個常設展示廳，以新聞歷史、電子新聞、新聞攝影、世界新聞以及媒體如何處理重大歷史事件如柏林圍牆倒塌、911 事件等。新聞博物館是世界上採用最先進科技的博物館之一，擁有一百英里長的光纖網路以最迅速的方式連結館內電子標識系統與互動站，並設有兩座攝影棚、十五座劇場以及一座七米寬十二米高的巨型高解析度螢幕。

**(一)新聞企業與新聞歷史廳：**

為新聞博物館最大的展示廳，圍繞著博物館超過三萬份報紙收藏，回溯了五百年的新聞歷史，其中並設置了五間主題劇場。

**(二) 考克斯企業美國憲法第一修正案廳：**透過互動與文物展示等呈現美國憲法第一修正案所保障的五種自由 – 信仰自由、言論自由、出版自由、集會及請願自由、以及結社自由。

**(三) 時代華納世界新聞廳：**參觀者可以在這裡觀賞來自超過一百九十個國家的電視新聞並比較各地的媒體自由。此廳以記者在全世界報導新聞時所面臨的危險為主要故事線，戲劇張力極大的文物收藏說明了新聞記者在從事報導工作時的危險環境。

**(四) 彭博網路電視暨廣播廳：**以電子新聞史為題，以編年史的方式回溯廣播、電視與網路新聞發展的里程碑，此外還有愛德華·默羅主題展、數位新聞中心以及一個以電視新聞黃金時期(1947-1969)為題的紀錄片。



**網路、電視暨廣播廳回顧電子媒體的歷史，始於廣播的誕生，一直到一百多年以後的數位新聞**

**(五)今日頭條廳：**參觀者可以看到來自世界各地八十份報紙的當日頭版，並且可以以電子型式取用超過八百頁頭版內容。鄰近景觀露臺區以賓夕法尼亞大道的歷史作為

小型主題展示。

(六)普立茲獎攝影廳：全世界最大的普立茲獎新聞攝影收藏。參觀者可以觀賞紀錄片了解攝影師眼中的攝影，並使用包含一千張圖像與十五個小時普立茲獎得獎人訪問影片與聲音檔案的電子資料庫。

(七)911 廳：世界上第一個以 911 為題的常設展示，透過事件發生隔日的媒體頭版、相關文物與記者報導紀錄片來探討媒體對於 911 這件世紀大事的反應。



展示廳以建築結構的一部份來象徵災情，全牆面大尺度集合全世界所有平面媒體頭條或封面，具美感又清楚表達意涵，手法值得參考。並細緻地探討記者在報導恐怖攻擊事件時所面臨的挑戰。





雙子星大樓受攻擊到倒塌的影片，孩子目不轉睛重覆觀看

(八)柏林圍牆廳：德國以外地區最大的柏林圍牆收藏，展示檢驗了媒體在柏林圍牆三十年歷史中扮演的角色。



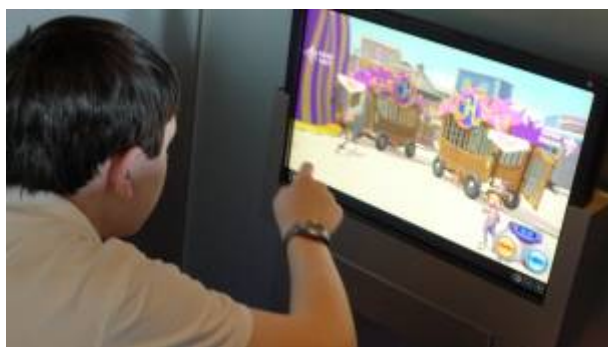
(九)記者紀念碑：兩層樓高的玻璃結構，上面刻滿了自 1837 年以來殉職的記者，每年更新。

(十)ABC 新聞時事展示廳：深入探討重大新聞與相關議題，以及媒體趨勢與重大事件周年省思。

(十一)普利亞姆家族好書展示廳：以能夠幫助說明新聞自由來源的書籍與文件為重點，在十九件出版品中，歷史最悠久者可以回溯到五百多年前(1475 年)湯瑪斯·阿奎

納融合了哲學與神學的《神學大全》。此外還有 1542 年印刷的《大憲章》、湯瑪斯·潘恩的《常識》、以及 1787 年初次印刷的美國憲法手冊版。所有展品因為保存因素皆採用非常微弱的照明，不過旁邊都設置了互動螢幕讓參觀者可以即時閱讀翻頁。

(十二)NBC 新聞互動室：7000 平方英尺(約 197 坪)的互動展示廳，有 48 個互動展示站或體驗站讓參觀者自由選擇扮演新聞報導流程中的諸多角色如攝影記者、編輯、記者、主播等，



NBC 新聞互動室內有八個電視記者角色扮演站，讓參觀者可以在多種影像背景中選擇，扮起他們在幕前的角色，按照講詞提示機上的提詞唸稿，並在螢幕上欣賞自己的演出。很符合美國人愛秀性格，本區需要排隊，深受年輕人歡迎。

(十三) 班克羅夫特家族倫理中心：以團體互動遊戲「Ethic Table」為焦點，讓參觀者分成兩隊參加挑戰賽，參觀者在遊戲中必須回答新聞倫理相關問題，並有機會獲得編寫團隊新聞頭版的機會。

(十四) **HP 新媒體廳**：廳內有兩組超過三公尺寬的觸控式螢幕，以新媒體里程碑為主題的互動展示。參觀者可以使用觸控式平板電腦與新聞網站、社群網路與部落格的即時線上內容製作自己的數位報紙頭版，即時發佈到展示廳內大型螢幕或網站上。



新媒體廳探討數位科技在新聞報導與媒體中扮演的角色，特別吸引青少年駐足

#### 九、教育活動與特別參觀活動

新聞博物館針對地區學校團體觀眾提供免費團體預約參觀服務，學校團體可以透過網路預約參觀。此外，館方亦針對不同年齡層的學生提供主題課程(每梯 36 人)，同時亦可預約由館方教育人員主導的導覽活動。

館方亦設有數位教室，是以學生為對象影像資源，另外也針對教師提供參觀導覽規劃協助與教育資源，並不定期針對不同觀眾舉行研習營。





美國總統選舉活動特展，以幽默諷刺手法自省美國的民主歷程



與國家地理雜誌合作舉辦的白宮五十年攝影展，漏網鏡頭，談諧生趣。

## 十、賣店

設於館內一樓與二樓共四個空間，每間賣店都有不同的商品系列，提供客製化商品、媒體相關商品與紀念品供參觀者選購。一樓賣店除了各種海報、照片與書籍以外，亦有普立茲獎得主拍攝的照片與新聞博物館製作的光碟影片。二樓賣店為博物館內最大的零售空間，參觀者可以在此購買各種紀念商品。賣店設於售票口內，只想到賣店購物的民眾可在售票口登記，無需購票便可進入，然館方保有暫時停止或更改此措施的權利。



第一家賣店一位於一樓，以觀光客和家庭觀眾為對象。

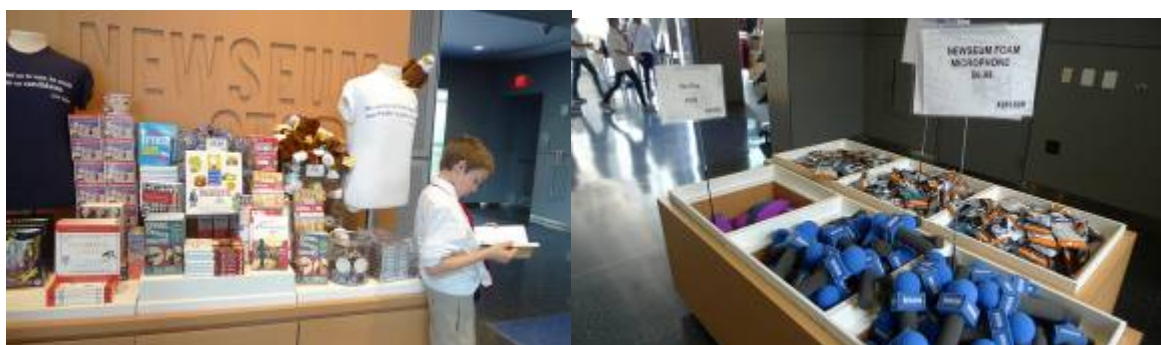


第二家賣店位於二樓，以年輕人為對象。





賣店商品與社會流行趨勢例如臉書語彙結合。



以主題劃分產品混搭的專櫃區：如美國、白宮(總統)、記者、歷史事件等。

## 十一、餐飲設施



輕食區，自助餐同時也為校外教學特區，發放午餐盒



與名廚 Wolfgang Puck 合作的 The Source(線索)餐廳