

公務出國報告

(出國類別：其他 業務推廣)

「故宮歷朝文物數位大展」之南京文創園區移展 工作紀要

服務機關：國立故宮博物院

出國人職稱：科長、研究助理

姓名：謝俊科、徐詩雨

出國地區：中國南京市

出國期間：101.09.27~101.10.07

報告日期：101.11.02

公務出國報告提要

出國報告名稱：「故宮歷朝文物數位大展」之南京文創園區移展工作紀要

頁數 11 含附件：否

出國計畫主辦機關/聯絡人/電話

國立故宮博物院/謝欣欣/02-28812021 ext.2900

出國人員姓名/服務機關/單位/職稱/電話

謝俊科、徐詩雨/國立故宮博物院/教育展資處/科長、研究助理/2881-2021 ext.2175

出國類別：其他 業務推廣

出國期間：101 年 9 月 27 日~101 年 10 月 7 日

出國地區：中國南京市

報告日期：101 年 11 月 02 日

預算來源：主要由南京邀請方支付，部份由計劃支出

分類號/目：

關鍵詞：南京、文化創意、故宮、教育推廣

摘要：

國立故宮博物院應「中國南京世界歷史文化名城博覽會」與及「中國南京文化創意產業交易會」組委會之邀，參與 101 年 9 月 7 日至 9 日於南京國際展覽中心舉辦之「2012 第六屆中國南京文化創意產業交易會」。展出之「故宮歷朝文物數位大展」內新媒體數位藝術作品為國立故宮博物院至大陸地區參展規模最大的一次。為擴大此次展覽的影響力及提供大陸南京地區民眾更多接觸新媒體數位藝術作品之機會，於 101 年 9 月 27 日移展至南京文創園區。展覽日期為 101 年 10 月 1 日至 11 月 10 日。

目 次

壹、目的.....	2
貳、過程.....	3
參、心得.....	10
肆、建議.....	11

壹、目的

國立故宮博物院（以下簡稱本院）應「中國南京世界歷史文化名城博覽會」與及「中國南京文化創意產業交易會」組委會之邀，參與 101 年 9 月 7 日至 9 日於南京國際展覽中心舉辦之「2012 第六屆中國南京文化創意產業交易會」（以下簡稱文交會）（如圖 1,2）。展出之「故宮歷朝文物數位大展」內新媒體數位藝術作品為本院至大陸地區參展規模最大的一次。展出期間內深獲南京當地民眾之好評，並且吸引多家電視及平面媒體至展區進行採訪與報導。

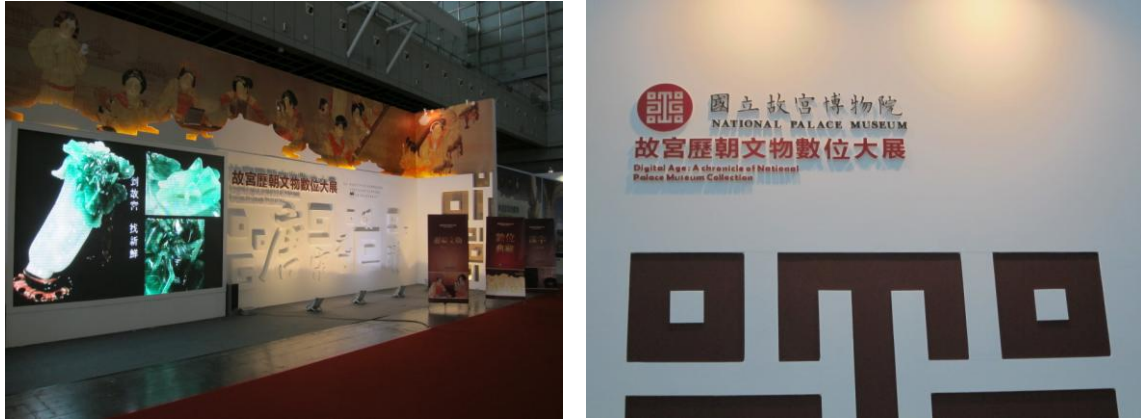


圖 1.2：故宮歷朝文物數位大展文交會展示外觀

為擴大本院此次至南京展覽之「故宮歷朝文物數位大展」的效益，並且利用文交會累積之口碑與人氣進一步宣傳本院自執行國家型數位計畫以來，如何積極致力於人文與科技結合，開創台灣文創產業的展新風貌。「故宮歷朝文物數位大展」第二期於南京晨光文化創意產業園展覽，展出日期為101年10月1日至11月10日。一個半月的展期可使南京民眾有更多機會接觸本院的新媒體藝術作品，並且可進一步提升此次展覽的擴散力。（如圖3）



圖3：故宮歷朝文物數位大展南京文化創意園區展示外觀

貳、過程

一、行程表

日期	地點	工作內容	備註
9/27(四)	台北-南京	赴目的地：桃園機場至南京祿口機場。	花費約 4 小時，於晚間 7 時抵達。
9/28(五)	南京	1、點交貨物清單 2、監工場地與裝潢	
9/29(六)	南京	1、監工佈展 2、機器測試與校準 3、複製畫擺放	
9/30(日)	南京	1、展場燈光維調 2、機器測試與校準	
10/1(一)	南京	1、展覽開展 2、展場維運 3、機器自動化調校	

10/2(二)	南京	1、展場維運 2、機器自動化調校 3、問卷調查	
10/3(三)	南京	1、展場維運 2、機器自動化調校 3、問卷調查	
10/4(四)	南京	1、展場維運 2、當地維運人員訓練	
10/5(五)	南京	1、展場維運 2、當地維運人員訓練 3、故障排除	
10/6(六)	南京	1、展場維運 2、問卷調查 3、團體參訪	
10/7(日)	南京-台北		花費約 4 小時，於 晚間 5 時抵達。

二、工作紀實

(一) 佈展

日期	工作情形	備註
9/27(四)	由於抵達南京已經為晚上七點，本日只至展場進行移展展件清點工作。	如圖 4 至 9
9/28(五)	現場桁架搭設已經大致完成，與協助廠商溝通進行投影機與互動展件架設。	
9/29(六)	本次參展之互動展件已完成大致架設工作，加入複製畫擺設以及展板擺放相關工作。並且調整於文交會期間展示不穩定的毛公鼎漢字互動桌系統。	
9/30(日)	微調現場互動裝置的相關設定，並且加入環境營造裝置與調控現場環境燈光。	



左圖 4：桁架搭設與電線佈線



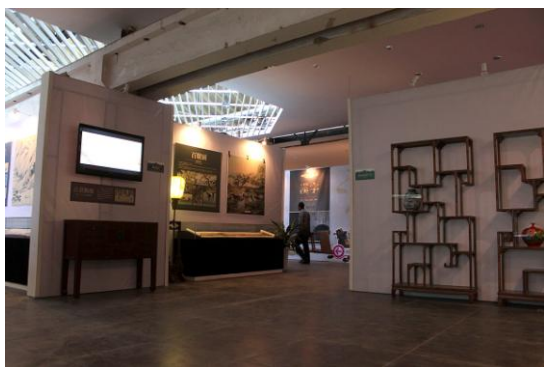
右圖 5：維運廠商調教投影範圍



左圖 6：手舞秋色投影畫面調整情形



右圖 7：魚戲荷池風扇調整



左圖 8：為情境營造加入之簡單家具



右圖 9：展覽結尾之歷朝文物環場

(二) 展場維運

日期	工作情形	備註
10/1(一)	工作項目：展覽維運／機器自動化調校 維運狀況：今日為展覽第一日，為大陸當地十一長假期間，此日有凡德藝術街區與江蘇文化文創有限公司兩方之工讀生支援講解。裝置自動開關機未按照設定運作，於閉展後重新檢查設定。毛公鼎替換主機運作正常，由維運廠商協助架設環場投影機以達更完美之展示效果。	
10/2(二)	工作項目：展覽維運／機器自動化調校／問卷調查 維運狀況：參觀者多為附近地區之居民，問卷調查發現民眾多滿意展覽內容，但認為宣傳不夠。自動關機設定正常運作，開機部份仍有部份機器未自動開機。	
10/3(三)	工作項目：展覽維運／機器自動化調校／問卷調查 維運狀況：參觀者除附近地區之居民外，也出現部份至南京遊玩的外縣市遊客。問卷調查發現大多數民眾認為規模可再擴大，並且需要加強宣傳動作。互動展件自動開關機設定大致正常運作。	
10/4(四)	工作項目：展覽維運／當地維運人員訓練 維運狀況：由於日後展覽平常日維運單獨由凡德藝術街區工讀生負責，對第一批人員共三人進行開關機與基本故障排除訓練。參觀民眾對毛公鼎漢字互動桌反應熱烈，多數也表達希望至本院台北正館參觀的意願。	如圖 10 至 24
10/5(五)	工作項目：展覽維運／當地維運人員訓練／故障排除 維運狀況：對第二批人員共三人進行開關機與基本故障排除訓練。今日展場於下午四點十八分發生跳電情形，請凡德藝術街區電工迅速恢復供電後，重開機機器正常運作，並無毀損情形。	
10/6(六)	工作項目：展覽維運／問卷調查／團體參訪 維運狀況：本日約有一百名南京晨報實習小記者與父母至展場進行參觀，由凡德藝術街區與江蘇文化文創有限公司雙方工讀生進行導引及講解，但人流控制上仍然有不足之處，已告知江蘇文化文創有限公司於後期團體參訪時進行管控。另外本日親子觀眾族群較多，針對父母親做了約 20 份問卷。閉展後針對部份互動展件位移情形進行調校。	
10/7(日)	工作項目：展覽維運／返回台灣 維運狀況：因十一長假接近尾聲，本日參觀民眾較多南京當地人。下午返抵台灣。	



左圖 10：入口接待台設計，院內全稱與 LOGO 完整露出



左圖 11：工讀生講解毛公鼎漢字互動桌，當地民眾對漢字經由篆隸草行楷的演變流程做出精彩動畫感到相當具有啟發性。

右圖 12：毛公鼎漢字互動桌環場設定完成，以達成較佳的展示效果以及環境氣氛。



左圖 13：民眾利用環境營造的小家具靜靜欣賞悠遊古今動畫短片。



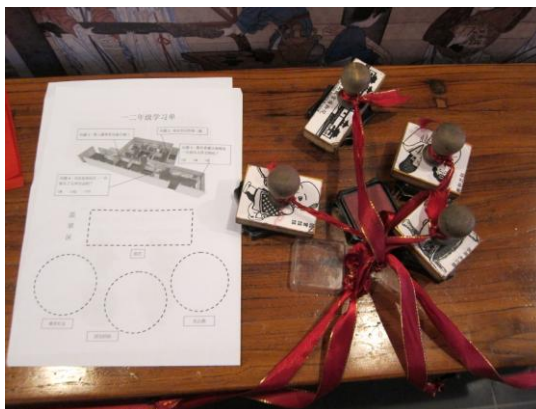
右圖 14：第二期移展書法複製品展開部份較多，當地民眾好奇欣賞書法複製品。



左圖 15：當地民眾參與魚戲荷池互動



右圖 16：工讀生講解鵲華秋色複製畫作



左圖 17：印製之學習單與印章區



右圖 18：民眾與歌喚花鳥作品互動



左圖 19：民眾欣賞仙萼長春複製畫



右圖 20：孩童認真作答學習單內容



左圖 21：數位典藏區吸引民眾研討



右圖 22：民眾認真使用互動光碟資源



左圖 23：晨報小記者參觀情形



右圖 24：民眾欣賞國寶娃娃入寶山影片

參、心得

一、展場施工

- (一)移展展場設計與裝潢施工仍由江蘇文化文創發展公司及相同工班負責，因此在搭建上相當順利，且移展施工時間較充裕，在施工品質也較第一期展覽提昇許多。因此有移展的需求而非由本院直接對工班進行發包的情形，需建議廠商盡量不要更換工班，以提昇施工順暢度。
- (二)第二期移展環場加入許多環境營造的家具與燈具，對提升參觀品質與營造環境氣氛起了相當大的作用。日後對於這種中長期的展覽，施工時可要求廠商提供裝置或協助進行環境營造。
- (三)移展時布展時間儘管時間較第一期展覽為長，但仍舊需要提供適當的工序以及配電提供給工班參考。數位藝術作品搭建都需要電力配合才能繼續進行調校與測試動作，因此事前工序以及配電的規劃必須完整並且預留彈性運用的時間。

二、展示經驗

- (一)此次展出影片、互動裝置與複製畫都有搭配作品說明，並且於現場安排工讀生講解，民眾多反應工讀生講解十分完整且精彩。日後巡展時務必規劃包含互動操作與書畫背景內容等志工訓練課程。
- (二)第二期移展場地較第一期文交會場地為小，因此展件上有做些許調整，但是部份展區如漢字主題區的主題性就因此稍微減弱。日後在類似的展覽情形，移展的展件調整仍需要考慮主題性是否有維持住，提供民眾更佳的參觀體驗。
- (三)問卷調查顯示民眾反應移展的宣傳不夠，因此日後於協辦方前期展覽預備工作時，除場地、設備等需求進行溝通外，對於民眾未培養參觀展覽習慣之地區或是展出地區為當地新興的文化創意園區等情況，可將宣傳列入要求項目，以達展覽最大之效益。

三、小結

隨著兩岸交流日益密切，文創產業的交流也趨於頻繁，一般商業性的展覽是展現我國文化創意產業蓬勃的軟實力的新舞台，也是博物館進行形象推廣的新契機。在此種展覽中，提供科技與人文結合之互動平台是最能有效展示本院館藏的方式，數位展示也能以最新的科技向民眾體現博物館當代樣貌，搭配複製作品展出可使對岸民眾更有效的了解與接觸本院收藏，連帶提昇本院的名聲並且帶動國內觀光產業的發展。

肆、建議

思考本院在教育科技之推廣與應用面，如何去配合本院特色收藏，輔助推出能吸引國內外觀眾的科技應用展示。經過本次「故宮歷朝文物數位大展」的兩期展示與學習，整理以下數項建議：

- 一、本院的藏品結合新科技技術所設計的互動展示，深受各年齡層參觀觀眾的好評。而由互動作品搭配複製作品的展出模式普遍受到一般民眾的喜愛，未來本院應多開發此類型之教育展示媒材，吸引觀眾之興趣，進而積極行銷本院之數位施政成效。在展示設計上，也不可輕忽複製作品的效用。
- 二、在互動作品搭配複製作品的展示模式下，講解員的角色仍然不可或缺。除了補充說明原先展示說明牌內容不足之處，講解員適時引導參觀民眾與互動作品互動，並且能根據民眾反應與現場狀況維護數位作品之完整性。因此對講解員事先的訓練是重要的，並且訓練時需加強展場禮儀等內容，以帶給參觀民眾更佳的參觀體驗。
- 三、由於大陸地區幅員廣大，因此在展覽的宣傳上相對台灣需要更加投入人力與資源進行。之後若有類似的展覽，可要求協辦方於宣傳上放置一定程度的人力與物力。並且由問卷的回收看出網路媒體在內地扮演相當重要的角色，建議可加強網路媒體上的宣傳力度。