

# 公務出國報告

(出國類別：考察)

## 2015 年泰國曼谷國際禮品暨家飾展觀摩心得報告

服務機關：國立故宮博物院

出國人員職稱：助理研究員

出國人員姓名：謝鎮鴻

派赴國家：泰國曼谷

出國期間：104.10.18－104.10.23

報告日期：105.1.5

公務出國報告提要

出國報告名稱：2015 年泰國曼谷國際禮品暨家飾展觀摩心得報告

頁數：26 含附件：否

出國計劃主辦機關/聯絡人/電話

國立故宮博物院/王姿雯/（02）2881-2021 ext2901

出國人員姓名/服務機關/單位/職稱/電話

謝鎮鴻/國立故宮博物院/文創行銷處/助理研究員/（02）28812021 分機 2342

出國類別：國際禮品及家居用品展

出國期間：104 年 10 月 18 日－104 年 10 月 23 日

出國地區：泰國曼谷

報告日期：105 年 1 月 5 日

分類號/目：

關鍵詞：泰國曼谷國際禮品展、博物館文創商品、博物館商店

摘要：

「2015 年泰國曼谷國際禮品暨家飾展」於 104 年 10 月 19 日至 23 日，假「泰國曼谷會展中心（BITEC）」舉行，本次會展共有約 600 個展出單位，展出來自泰國當地及海內外眾多設計品牌及設計成果，展覽內容豐富多元，可供本院發展文創業務時參考借鏡。

除上述展會外，本次參訪行程另增添「TCDC（Thailand Creative & Design Center）泰國創意設計中心」、「曼谷藝術文化中心（Bangkok Art and Culture Centre）」、「金湯普森（Jim Thompson House）博物館」及泰國 Asia Book 書店、B2S 書店等四項參觀行程，均與本處業務相關。期望參訪成果可於未來執行相關業務時有所助益。

# 目次

壹、展覽概況.....	04
貳、參訪目的.....	05
參、參訪過程.....	05
一、2015 年泰國曼谷國際禮品暨家飾展.....	06
二、參訪 TCDC 泰國創意設計中心.....	14
三、參訪 BACC 曼谷藝術文化中心.....	17
四、參訪金湯普森博物館.....	20
五、參訪泰國書店.....	22
肆、參訪心得.....	24
伍、結論與建議.....	26
陸、參考資料.....	26

## 壹、展覽概況：

2015 年泰國曼谷國際禮品暨家飾展，於 10 月 19 日假泰國曼谷會展中心（BITEC）盛大開展，本展覽為東南亞地區規模盛大之文創商品展覽，也是泰國政府舉辦多年的活動，會場中彙集來自世界各國的設計精英及其所開發的各項商品，共有約 600 個展出單位。對於泰國業者而言，本次活動提供了一個將設計成果與民眾交流的平台，能藉由展覽大大提升品牌能見度，爭取更多國際交流及合作機會，也藉此向世界宣傳泰國的設計實力。

除了泰國本地品牌之外，參展商亦囊括諸多外國企業，如日本、中國、台灣、緬甸等等，展示出極為多元且各具特色的禮品與家居用品。主辦單位根據展品種類對現場進行區域劃分，包括地方特產、環保產品、高齡人士產品以及寵物區等，其產品細項包含傢飾用品、燈飾、家居織品、文具、玩具等，向世界呈現出泰國作為東南亞地區最大家居用品生產與出口中心的實力與優勢。

作為一項規模盛大的重要展覽，吸引人潮乃是首要條件，除了展覽本身內容規畫得宜外，會場的地點也占有相當重要的因素。本次會場泰國曼谷會展中心（BITEC）位於曼谷 Bang Na 地區，離曼谷市區較為偏遠，原本交通不甚便利，然 BTS Sukhumvit Line 於 2011 年延伸至本區後，使得觀眾得以更快速的到達本區，本次筆者即搭乘此路線到達會場。



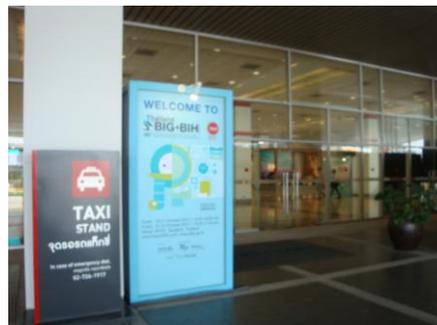
鄰近展場之 BTS Bang Na 站，出口處有 Bangkok International Trade and Exhibition Centre 指示標誌導引參訪民眾



BTS Bang Na 站周邊地圖



曼谷國際貿易展覽中心（BITEC）建築外觀



BIG+BIH 展場入口

## 貳、參訪目的：

為促進文化創意產業發展，建立更優良的設計發展環境，我國已於 2010 年制定「文化創意產業發展法」，其第二條規定：「政府為推動文化創意產業，應加強藝術創作及文化保存、文化與科技結合，注重城鄉及區域均衡發展，並重視地方特色，提升國民文化素養及促進文化藝術普及，以符合國際潮流。」故文創產業應為整合跨領域技術，並且兼具地方特色與國際潮流的一項活動。

此外，「文化創意產業發展法」第十條也提出了「政府應推廣文化創意有價之觀念，充分開發、運用文化創意資產，並落實於相關政策。」，故本院以豐厚的典藏文物為基礎，近年來致力於文創產業的研發與創新，包含各項商品開發、出版品印製發行，並結合業界師資及院內研究同仁開辦文創研習營，讓大眾從更多元的角度認識故宮典藏。

隨著本院各項文創商品不斷推陳出新，本次參訪行程擬從泰國的文創商品中汲取經驗，從不同層面觀看更多商品設計的可能性，俾使故宮文創業務除了結合地方特色外，也能兼顧國際的視野及潮流，使得文創業務發展更具前瞻性。



BIG+BIH 展場實況



BIG+BIH 展場實況

## 參、參訪過程：

本次參訪行程中，除了觀摩「2015 年泰國曼谷國際禮品暨家飾展」之外，為充實參訪內容，另外增添「TCDC (Thailand Creative & Design Center) 泰國創意設計中心」、「曼谷藝術文化中心 (Bangkok Art and Culture Centre)」、「金湯普森 (Jim Thompson House) 博物館」及泰國 Asia Book 書店、B2S 書店等四項參觀行程，過程簡述如下，並就重要事項分別說明之。

日期	地點	工作事項
1018 (日)	臺北→泰國曼谷	搭乘長榮航空 BR67 班機前往泰國曼谷，上午 9:00 起飛，約 11:35 抵達 Suvarnabhumi 機場
1019 (一)	泰國曼谷	前往泰國曼谷會展中心參觀「2015 年泰國曼谷國際禮品暨家飾展」
1020 (二)	泰國曼谷	參訪 TCDC 泰國創意設計中心 (Thailand Creative & Design Center)。
1021 (三)	泰國曼谷	參訪曼谷藝術文化中心 (Bangkok Art and Culture Centre)、金湯普森博物館 (Jim Thompson House)

1022 (四)	泰國曼谷	參訪 Asia Book 書店、B2S 書店
1023 (五)	泰國曼谷→臺北	搭乘長榮航空 BR68 班機 16:25 由曼谷 Suvarnabhumi 機場起飛，21:30 抵達臺北桃園機場。

## 一、2015 年泰國曼谷國際禮品暨家飾展

### (一) 展會概況：

BIG+BIH 展場整體分為三大展區，EH101 至 EH104 的部分為文創商品攤位，集結來自各國的設計商品，以泰國在地商品為大宗，文具、玩具、傢飾用品、燈飾、家居織品等等一應俱全，甚至融入了養生健康概念的專區，包含 SPA 相關產品等，產品內容包羅萬象。

第二區為 H.O.T.，是由泰國設計及產品協會 (Design & objects Association) 所主辦，以外銷設計自有品牌為主，除了展示泰國設計產業，包含空間設計、時尚設計等等的設計實力之外，還附設了餐飲部及咖啡座，讓有意購買或合作的客戶可以從容的洽談。而第三區為 BIH，主要提供來自海外各國的既有品牌在此設置攤位，因為多是已開發上市的商品，相較於前兩區，此區顯得較為冷清。



BIG+BIH 展場入口



BIG+BIH 展場櫃檯



BIG+BIH 展場平面圖



BIG+BIH 展場出口之一

鑒於展場的配置及概況多已呈現在會場印製的簡介中，故此節中不再對於展覽的緣由、規劃等等部分多作贅述，直接由會展中所觀察到的文創商品特色，與本院賣店現有的商品概況，作一綜合性分析如下：

## (二) 文創商品特色分析：

### 1、傘具的可能性：

本院目前販售的文創商品中，有兩件雨傘商品。一件是由本院明星展件「翠玉白菜」外型所發想而來，利用白菜的翠綠色作為傘面布料的外緣，收合以後具有類似於白菜的外型。另一件則是以本院典藏「明仇英漢宮春曉圖卷」為主題，將圖面印製在傘面上。



BIG+BIH 會場中所陳列的雨傘



BIG+BIH 會場中所陳列的雨傘



本院販售之「翠玉白菜傘」



本院販售之「漢宮春曉圖傘」

比較泰國 BIG+BIH 會場中所陳列的雨傘，其傘面印有具泰國特色的貓頭鷹圖騰及紋飾，另一款設計則以素面布料為主，傘緣以綠色蕾絲裝飾。具有泰國傳統特色。而本院所開發的雨傘係以文物造型及繪畫圖面作為設計，兩者的作法大不相同，未來亦可嘗試以南院亞洲織品相關文物的特色融入傘具之中，增添更多元的面貌。

### 2、紙膠帶商品比一比

本院近年話題度最高的文創商品，當屬「朕知道了紙膠帶」，這款商品甫一推出，就掀起一波搶購熱潮，在新聞媒體及社群網站上的討論度居高不下。在此之後，本院又開發出一系列相關商品，如「清 欽定一甲紙膠帶組」、「乾隆御覽之寶紙膠帶」等等商品，目前皆為本院的暢銷商品。而本次在 BIG+BIH 會場中，也看到了紙膠帶相關商品，可藉此機會相互比較。



BIG+BIH 會場中的膠帶相關商品



紙膠帶可直接由盒子側面抽出使用



本院「清 欽定一甲紙膠帶組」



本院「乾隆御覽之寶紙膠帶」

在商品設計的特色上，本院的「清 欽定一甲紙膠帶組」、「乾隆御覽之寶紙膠帶」皆取材自圖書文獻中的文字或書畫作品中的款印，深具故宮典藏的特色，並富有教育推廣的意義。而在 BIG+BIH 會場中的紙膠帶，則以貓頭鷹、幾何線條為紋飾，泰國文化的意像較不明顯。然而，該紙膠帶的包裝具有巧思，可直接由外盒的側面抽出使用，不需打開外包裝，不失為一個貼心的設計。

### 3、商品色彩的運用

泰國商品常見到色彩豐富的設計，舉凡文具用品如剪刀、訂書機、鑰匙圈、燈具、錢包等等。運用單純而鮮豔的色彩，加上簡約具有現代感的外型，即使是較為小型的商品，也可以非常吸引人，在成千上萬商品中，瞬間吸引觀眾的目光。

本院所開發的文創商品中，運用類似手法的商品較為少見，多數均以文物本身的顏色直接印刷，或是套上彩度較低的顏色作為背景色。其原因可能與故宮文物的歷史悠久，特別是書畫、圖書文獻、以及青銅器等，因其紙、絹、銅本身顏色較暗有關。合作開發商在作商品開發時，擔心鮮明的色彩與文物的歷史特性不協調，因此較無意願嘗試。



BIG+BIH 會場中的剪刀、  
訂書機、膠帶台



BIG+BIH 會場中的鑰匙圈



BIG+BIH 會場中的燈具



BIG+BIH 會場中的零錢包



本院販售之「玉蘭純美杯墊」，具有鮮明的色調



本院販售之小乾隆・茶器(團花黃)，運用了醒目的黃色

#### 4、「無彩色設計」的商品

與上述的概念相反，「無彩色設計」在展場中也隨處可見。在抽離了「色彩」這個重要的元素後，文創商品是否能夠一樣的吸引人？BIG+BIH 告訴我們各種可能性。如圖中的抱枕，以蘭花葉、樹枝、花卉等等各種植物的造型作元素，以黑白色調的手法印製成各式各樣的抱枕，深具中國水墨的寫生風格。同樣的手法運用在筆記本的封面上，並且以牛皮紙顏色為底，更是突顯了自然元素的質樸。而另一方面，純線條式的手繪插畫在抽離了顏色後，另有一種隨興塗鴉的現代風格，不論用在手提袋，或是製作成裱畫，都充滿了年輕活潑的氣息。



BIG+BIH 會場中抱枕



筆記本



手提袋與掛畫



家具



圍裙、桌墊及包包



單人籐編沙發椅

而在無彩色的家具上，則使用了金屬線條編織的方式，以獨特的肌理及質感，彰顯出獨特的前衛時尚風格，另一方面，用白色籐編的座椅，配上棉布製成的坐墊，呈現出來的則是另一種自然清新的特色。以故宮典藏而言，色彩較為單一的作品，例如歷代名家法書、善本古籍等等，均可參考類似的手法進行轉化運用。

## 5、造型的轉化與系列商品的概念

本院目前販售的頸枕商品－「墜馬髻頸枕」乃利用院藏的「唐人宮樂圖」為設計概念，以畫中「墜馬髻」為元素所開發的商品。頸枕的用途，通常作為休息時的臨時枕頭，而此商品因其造型具有趣味性，也可做為飾品戴於頭上。

本次 BIG+BIH 會場中，恰巧也看到了一款頸枕商品，係以小羊為造型所設計，整體看起來，帶有一種奔跑的動態，亦相當具有趣味性。值得注意的是，運用該小羊所開發而成的商品約有十種，同時陳列在一個展覽隔間中時，視覺效果相當吸引人，這是目前本院「墜馬髻頸枕」暫時無法作到的陳列效果。



BIG+BIH 會場中的小羊造型文創商品



本院「墜馬髻頸枕」



小羊造型頸枕

## 6、展場陳列的觀點

在 BIG+BIH 會場中，常可見到具有整體設計的商品陳列方式，非常吸引觀眾的目光。例如以色彩的調性作區分，將同調性色彩的商品放在展區最深的牆面中，並透過燈光照射，形成一種光彩奪目的背景效果，而白色或淺色系的商品則放在靠近走道之處，以便讓來往的路人能夠細細欣賞。或者利用商品的造型，在牆面上呈現高低錯落的陳列，營造一種視覺上的韻律感。





在本院的賣店中，商品的陳列方式，多以商品功能作為區分，書畫仿製品一區，器物仿製品一區，明信片一區，而非以展覽本身作區分，因此在視覺效果上，較無法達到系列商品的感覺。

## 7、織品不只是織品

本院南部院區以典藏「亞洲文物」為訴求，收購許多來自日本、印尼、以及亞洲各地區的織品服飾，也因此開發出一些相關的文創商品。然而這些商品多將織品的紋飾予以平面化後，印製成筆記本、資料夾、明信片等平面商品。在此次BIG+BIH 會場中，筆者看到較不一樣的新思維。有將織品捲成長條狀，或是裁剪成各式片狀後，加入金屬線圈，或是金屬綴飾製成的項鍊。其設計風格堪稱獨特特別緻，本院目前尚未見到類似的開發商品，值得借鏡。



織品項鍊



織品項鍊



織品項鍊



織品項鍊



生命之樹文件夾



地毯式滑鼠墊  
生命之樹



筆記本-生命之樹



生命之樹波麗磁貼

## 8、動植物的型態與設計結合

動物與植物在大自然中，具有與生俱來的的型態及生活模式，在本次展場中不乏利用這些特質所進行的各種文創商品設計。例如將鹿角變成掛鑰匙的掛勾；將東西掛在孔雀造型的掛勾後，背後尾羽會自動開屏；或是將東西掛在鳥巢造型的掛勾後，小鳥會自動探出頭來等等具有新奇趣味的小設計。以本院藏品而言，動物與植物的元素相當豐富，不過多半停留在平面化的商品，或是縮小尺寸的仿製品，卡通化的 Q 版商品等等，與展場中的許多文創商品的轉化手法大不相同。



鹿、貓頭鷹、孔雀與各式鳥類



銀杏造型壁飾



海藻與魚造型壁飾



貓與長頸鹿

## 9、台灣設計在泰國

今年由文化部主辦，台灣創意設計中心協辦的「文化創意產業國際拓展計畫」，選出九家台灣文創品牌，以「Fresh Taiwan」為主題，在本次 BIG+BIH 會場以台灣館的形式進行主題展出，開展首日與會的貴賓甚多，包括台灣創意設計中心艾淑婷副執行長、駐泰國台北經濟文化辦事處經濟組路豐璟組長，以及曼谷台灣貿易中心戴治國主任等等，並邀請多家泰國媒體，如泰國電視台 NBT11、TNN「ASEAN Focus」，以及藝術類雜誌 Art4D 等共襄盛舉。

本次參展廠商包括 BLACHOICE(黑色選擇)、danzo studio(蛋造設計)、haoshi design(良事設計)、THYMOS PRODUCTION、balance wu design(吳協衡設計)、booxi(天晴設計)、EVEN STUDIO、YIE WOOD、YIH Wood Studio(壹一木)、A.M ideas 等九家台灣文創商品品牌聯合展出。



「Fresh Taiwan」會場



BLACHOICE (黑色選擇)



balance wu design 吳協衡設計



danzo studio 蛋造設計



haoshi design 良事設計



A.M ideas



EVEN STUDIO



YIH Wood Studio (壹一木)



booxi 天晴設計



THYMOS PRODUCTION

筆者在現場逐一拍照記錄後，也訪談了天晴設計，希望了解台灣文創商品在海外市場推廣的困境，該公司代表表示，因 booxi 系列產品需要較高品質的製作工序及成本，故均需在台灣製造，無法委託中國大陸或東南亞地區代工廠製作，因此在成本上無法降低，在價格上的競爭力較不利。

而另一家 A.M ideas 則是推出以藺草編織為主題的文創商品，該公司是第一次來到 BIG+BIH 會場，在實務上，由於藺草編織產品無法大量生產，因此遇到

大量訂單的時候，會產生出貨速度不足的問題，然而筆者見到現場陳列有 i Pad 蘆草保護套，便詢問該公司是否接受客製化訂單，得到的答案是肯定的，足見在少量生產的文創商品中，客製化的服務便顯得十分重要。

## 二、參訪 TCDC (Thailand Creative & Design Center) 泰國創意設計中心

TCDC 泰國創意設計中心位在 EMPORIUM 百貨公司，搭乘 BTS 捷運於 Phrom Phong 站可直接由連通天橋進入。TCDC 的成立，緣自於泰國總理 Thaksin Shinawatra 的構想，希望將泰國由代工製造業的角色，轉而朝向品牌化、文創設計的領域發展，因此著手規畫出 TCDC。

TCDC 的成立，在於建立一種「設計資源中心」的概念，讓 TCDC 發揮圖書館的功能，提供各式設計、文化藝術等圖書資源，藉以增進泰國設計人才之發展。值得一提的是，TCDC 提供了全球少見的「材料庫」(Material ConneXion)，包含上千種各式商品材料之樣品，可輪流展示。藉由探索素材，讓設計者了解商品的各種可能性，以便隨時創新。除此之外，TCDC 也成立設計研習班以培養設計人才，並提供設計的趨勢與訊息，讓創意設計作品有一個展示的空間。

在圖書館中除了藏書量豐富的各式設計、藝文類圖書外，舒適的閱讀環境也是一大特色。包含十多台 MAC 電腦可供讀者自由使用，以及隨處可見的名家設計的座椅，讓讀者可以或坐、或臥，甚至躺下來小憩一番。也有小包廂式的透明隔間方便三五人可在裡面小組討論，而不影響他人。整體呈現出來的是一種「設計生活」的氛圍，而不僅是一種「圖書供給」的硬體空間。



TCDC 入口



TCDC 圖書館入口



TCDC 主題展



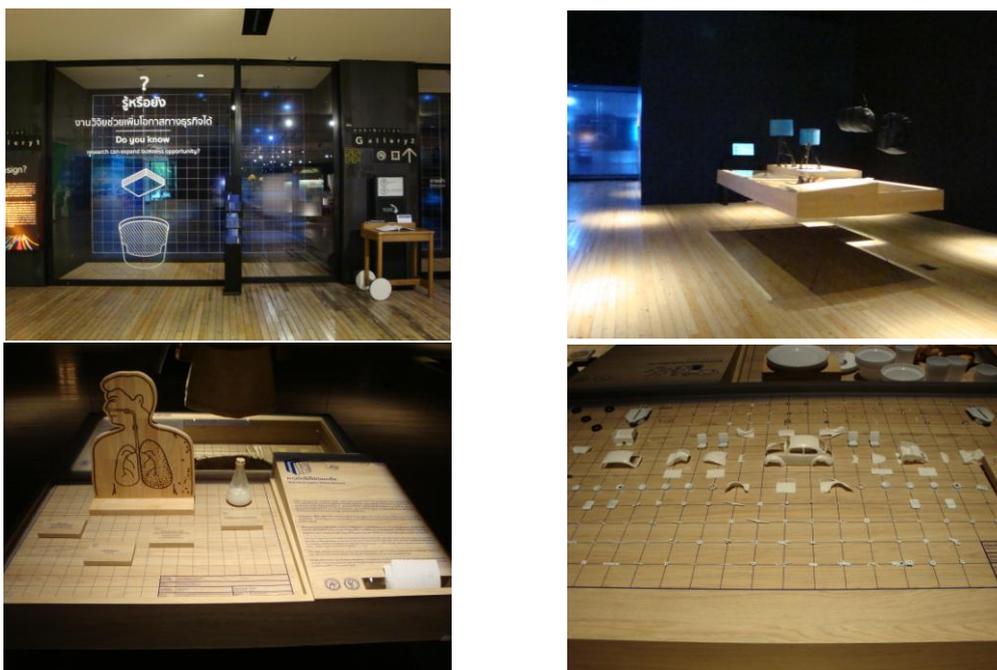
TCDC 主題展

在 TCDC 中，大致分為「展示區」、「禮品部」、「圖書館」三大區塊，「展示區」又分有常態性展覽及主題展。常態性展覽的主題為「What is Design?」顧名思義，本展區主要在於告訴觀眾何謂設計？展場內展出英、美、德、法、義大利、日本、西班牙等 10 個國家的設計作品及重點發展進程，包含各式照片、畫作、模型等資料，鋪陳泰國的設計緣起以及發展，從中亦可看出泰國與世界各國設計發展的時間交集。



從上圖可以看出，泰國第一個列入設計品牌的商品，為 1948 年由 Jim Thompson 所創立的 Thai silk products，相較於其他歐美國家，泰國的品牌概念起步較晚，但是在之後的發展之中，則急起直追，至今能與其他國家並駕齊驅。看得出泰國近年在設計產業的企圖心。至於 Thai silk products 是什麼樣的產品，筆者將在下節中補充說明。

而另外一個常態性展覽的主題為「Do you know?」以一種實驗室的概念，分析產品的構造、成分等等，例如一輛汽車由裡到外的元素，一種纖維的成分及構造等等，甚至納入環保的議題，提供觀眾一個不一樣的觀點。



在展場外就是禮品部，不可免俗的販售各式文創紀念商品，在設計之外，產品本身也強調環保素材的概念，例如下圖中的杯墊，是以可分解的纖維材質製成，除了輕量，美觀之外，更是一種兼具環保再生的綠色設計。值得故宮商品借鏡。



TCDC 禮品商店



TCDC 禮品商店所販售的杯墊

### 三、參訪 BACC 曼谷藝術文化中心

曼谷藝術文化中心（Bangkok Art and Culture Centre）位於暹羅商業區，搭乘 BTS 至國立體育館站（National Stadium），3 號出口可直通 BACC。曼谷藝術文化中心係由泰國藝術家聯盟於 1994 年所提議成立的一個藝術中心，在 2009 年正式對外開放。



天橋上的插畫  
宣傳看板

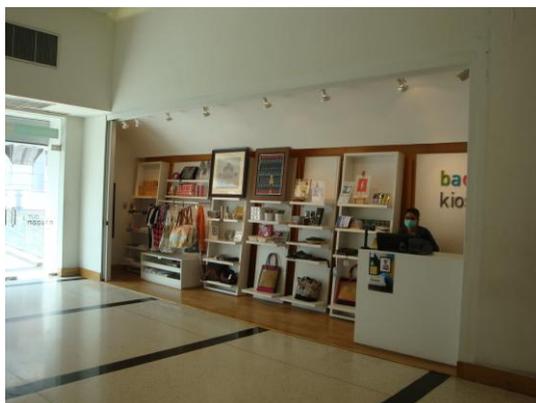


BTS 國立體育館站的連通入口

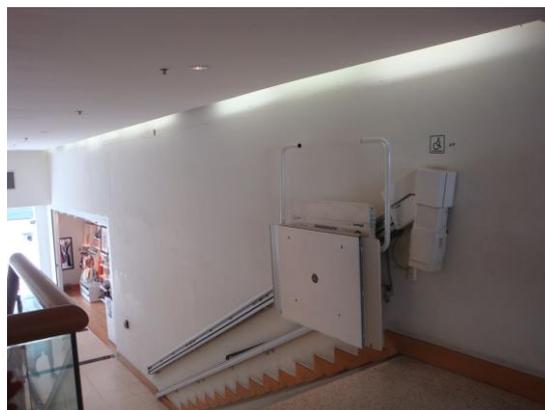


一樓入口

筆者由 BTS 連通口進入，甫一進入就看到一小段階梯及小型賣店，旁邊非常貼心的設置了提供身障人士用的自動升降機，即使曼谷藝術文化中心並非國家級的文化單位，仍然隨處可見以人為本的服務精神。

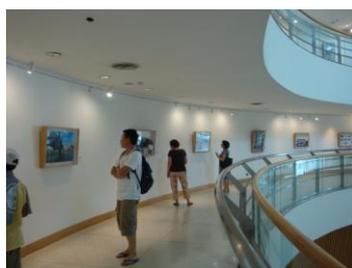


曼谷藝術文化中心賣店



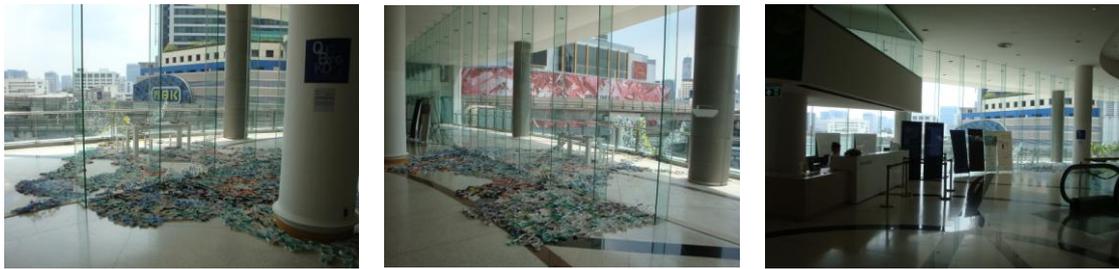
自動升降機

曼谷藝術文化中心的室內動線圍繞著一樓中庭，以弧形方式層層往上延伸，一樓大廳放置著各種繪畫創作，以各式各樣的媒材包含油彩、拼貼、素描等等不同型式呈現。往樓上走，牆面上掛著各式創作作品，讓人可以悠遊漫步欣賞。





在曼谷藝術文化中心最上層，有一個落地露臺，放置了一些裝置藝術。讓觀眾特別覺得心曠神怡。除了佈滿迴旋廊道的各式藝術創作之外，這裡最多的就是各家特色小店，販賣各式包羅萬象的商品，如衣服、文具、繪畫、圖書等等。



這間店的門口放置了簡易的餐桌，餐桌下的空間放置了一些泰國的懷舊商品，課本、菸盒、碗、杯子等等，即使外國遊客不曾從小生長在泰國，也能感受到濃濃的泰國復古風情。



下圖左方是販賣衣服的特色商店，右方則是書店，充滿鮮明的設計感



下面分別是書店、藝術品、畫廊、繪畫用品專賣店，可窺見曼谷藝術文化中心中的商店十分多樣化，並非純粹的展示空間，或是侷限在書籍及文創商品的販售，而是一種更生活化的藝術體驗。



書店



藝術品



畫廊

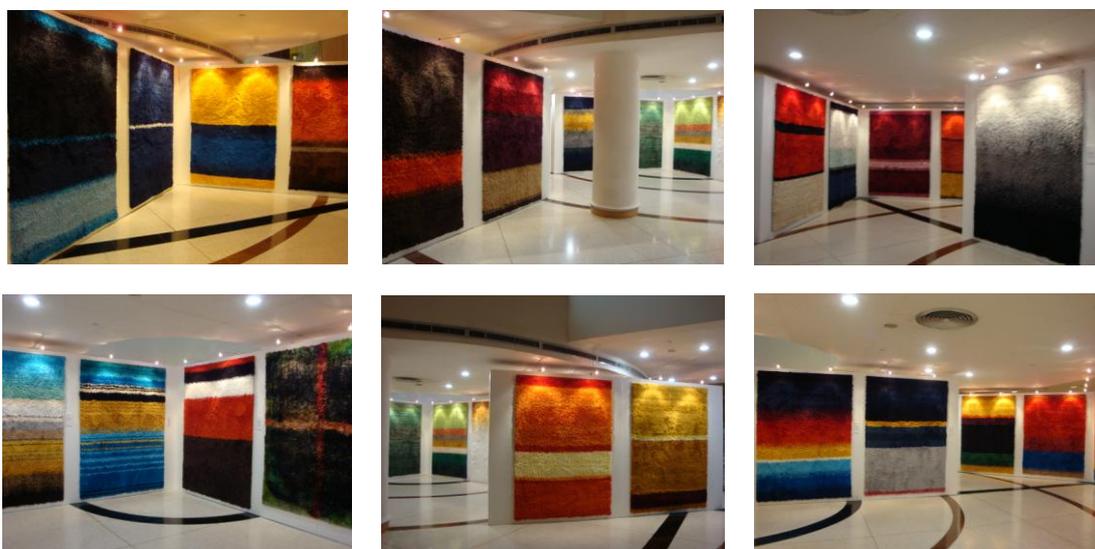


繪畫用品專賣店

這是藝術家駐點的人物速寫攤位，有別於一般台灣街頭藝術家的人物速寫，多在戶外從事創作，在室內可免去風吹雨淋的窘境，讓藝術家及顧客更自在的進行創作。



在曼谷藝術文化中心的地下一樓中庭，陳列了數十張色彩繽紛的織物，讓人可以從中感受到色彩搭配的技巧及特色，沒有過多的語彙及裝飾，在這邊也能讓人感受到強烈的設計特色。



#### 四、參訪金湯普森博物館

在 TCDC 中的常設展區中，曾經看到泰國第一個列入設計品牌的商品，為 1948 年由 Jim Thompson 所創立的 Thai silk products，究竟 Jim Thompson 是何人？他與泰絲製品的關係又是什麼？這個答案可以在金湯普森（Jim Thompson House）博物館找到。

與曼谷藝術文化中心相同，金湯普森博物館位於 BTS National Stadium 站附近，1 號出口出站後，右轉進入 Soi Kasem San 2 巷內，走到底就是金湯普森博物館。



Soi Kasem San 2 巷口



金湯普森博物館大門

金湯普森博物館正是 Jim Thompson 在泰國的私人別墅，他是一位出生於 1906 年的美國人，第二次世界大戰前是一位建築師，後來志願從軍並隨軍來到亞洲，並在曼谷成為屬於美國中央情報局的人員，退役後他決定在泰國永久居留。

Jim Thompson 對於泰國的絲織品和傳統建築十分喜愛，因此投入了許多精力在泰國絲織品的發展中，並將其推廣到世界，因此被視為泰絲產業品牌化的先驅。泰絲的蠶繭是金黃色的，與一般台灣常見的白色蠶繭大不相同，據館方人員的解說，泰絲的質地堅硬，織品富有光澤，顏色經久不褪，因此 Jim Thompson 看好其品質，將當時已經沒落的泰絲市場加以發揚光大，至今已經成為國際間的精品了。

除了絲織品之外，Jim Thompson 還將泰國最好的接合六柚木傳統建築拆卸後，運至現今的金湯普森博物館現址重新興建改造成為他的居所。這裡遵循早期的建築風格，房屋全部為高腳式建築，以預防泰國雨季時的洪水侵襲。除了房屋本身充滿了泰國傳統的特色外，Jim Thompson 又收集了許多來自亞洲各地的藝術收藏品，如瓷器、佛像及雕刻等，再融入自己的美式觀點加以陳列佈置，使得整個建築內外兼具歐洲、美國及泰國的各色風情，且整棟宅院周圍遍植各式植物，綠意盎然。



由於室內空間不得拍照，因此筆者僅能就外部空間略作記錄。Jim Thompson 在 1967 年 3 月 26 日，在馬來西亞金馬倫高原旅行時離奇失蹤，自此下落不明。留下這座故居讓後人憑弔。

作為博物館，除了宅院部分供遊客參觀之外，當然少不了禮品賣店的規畫，禮品商店中全部都是 Thai silk products，品質優良自不在話下。而在宅院的走廊中，也陳列了一些絲織物的半成品及生產器具，包含蠶繭，紡紗機、織布機等等，讓遊客了解泰絲產品的製作過程，也出版了一些相關書籍，讓有興趣的遊客可以購買。



蠶繭及各色絲線



示範煮蠶繭及抽絲

Jim Thompson 博物館雖然是以私人住宅轉型成博物館供人參觀，與本院的性質截然不同，然而在教育推廣的工作上，仍然隨處可見該館的用心。在導覽員的服務方面，該館就提供了中、英、日、泰、法等多國語言導覽，希望讓觀眾能夠對此地有多一些了解，而裡面收藏的瓷器中，也不乏來自越南及亞洲各國的貿易瓷，加上對於泰絲產品的展示，仍讓人頗有收穫。



織布機



蠶繭



餐飲部外觀

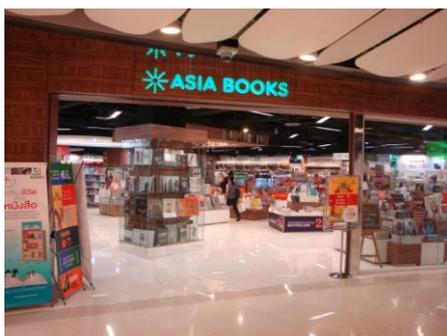


出版品

## 五、參訪泰國書店

因筆者執掌出版業務，因此在文創商品相關行程之外，另外參觀了泰國當地頗具規模的兩家書店，希望從中得到一些收穫。第一家是「ASIA BOOKS」，在泰國當地擁有許多分店，此次筆者來到的，是位於 Siam Center 百貨公司二樓的分店。

ASIA BOOKS 擁有許多外文書籍，從英文到法文、德文都有，其中與設計相關的書籍相當豐富，並規畫出一個特定的區域。包含建築設計、服裝設計、品牌設計等等包羅萬象，讓喜愛設計的讀者有相當豐富的選擇。值得注意的是，在設計圖書的專區中，還設有「泰國文化」區域，專門陳列有關泰國傳統藝術及文化產業的書籍，足見該書店對於在地文化的重視。



ASIA BOOKS 大門



ASIA BOOKS 藝術及設計書籍專區



ASIA BOOKS 設計書籍專區



ASIA BOOKS 泰國藝術專區

除了設計圖書以專區方式呈現之外，兒童書的部分也占有頗大的空間，當中並安排了適合兒童使用的小桌椅及軟墊，可讓兒童自行閱讀，亦可親子共讀，是一個對兒童十分友善的閱讀空間。



另一間參訪的書店為 B2S 書店，位在 Central World 百貨，與 ASIA BOOKS 相比，B2S 沒有針對特定的圖書種類規劃大專區，僅在書架上方註記書籍的種類，是較為綜合性的書店。





在 B2S 書店的另一個出入口，則規劃了文具專區，放置了許多萬聖節的相關商品，頗吸引目光。



#### 肆、參訪心得：

本次藉由參訪「2015 年泰國曼谷國際禮品暨家飾展」、泰國創意設計中心、曼谷藝術文化中心、金湯普森博物館及 Asia Book 書店、B2S 書店等地方後，以不同的角度了解泰國設計的發展面貌，筆者在這次行程中得到的若干心得如下：

##### 一、文創商品的多元思考

文創商品在泰國人的生活，已是隨處可見的，然而泰國文創商品更吸引人的，在於將當地文化巧妙的融入商品中，運用泰國的文化符碼，讓人感受到一個國家的特色及獨到之處。並非僅僅是外型的模仿或改造，另外也能從商品的色彩、紋飾及使用介面等各方面去著手，發展出更貼近人心的商品。

##### 二、以人為本的思考觀點

無論是產品的開發，展陳空間的規劃，或是綠色設計的運用，泰國文創產業總能適時的關懷「人」的需求。除了創意的展現之外，小至商品的包裝使用，大至空間的規劃與尺度營造，甚至是環保、再生素材的使用等等，無不呈現出對的「人」友善，不因文創而文創，是泰國文創產業值得借鏡的地方。

##### 三、綠色設計的應用：

綠色設計在近年蔚為風潮，在此次的 BIG+BIH 會場以及 TCDC 禮品商店中隨處可見，運用再生資源製作而成的商品，小至杯墊、水果器皿等，大至座椅家

具，無所不包，甚至在 BIG+BIH 會場中，還可見到寵物專用的天然棉質玩具，經詢問櫃位服務人員，該產品的特色，在於天然棉質可讓寵物即使經過抓、咬，而不慎將纖維吃下，亦不會對動物造成任何傷害，可謂十分貼心。本院目前也開發出環保材質的矽膠商品，未來也將持續推動綠色商品的開發。



植物纖維編織而成的座椅



杯墊



植物纖維編織成的容器



純天然棉的寵物玩具



粗製過的鳳梨纖維



鳳梨纖維製成的紙張半成品

## 伍、結論與建議：

以下茲就本次的「2015 年泰國曼谷國際禮品暨家飾展」及其他文創產業相關行程的參訪結果，提出幾項建議如下

### 一、商品陳列空間的規劃：

以本院賣店而言，商品的展陳多數以商品功能作為分類，然而在泰國，無論在 BIG+BIH 會場，或是其他的展示空間，文創商品的陳列方式常以「系列商品」的作法來呈現。這樣的方式，往往能讓觀眾一眼就注意到該區域，比起單一商品更能發揮加乘的效果，若再加上燈光、海報及色彩的運用，將非常具有群聚效應。

### 二、文創與生活的融合

文創在泰國既不是口號，也不僅是法規，更不只有商品的生產與產值，而是一種生活的體驗。泰國的文創產業不是一種櫥窗內束之高閣的裝飾品，而是貼近民眾，平易近人的。泰國文創讓一般人可以用生活化的角度來體驗，不論是經過道路旁，偶然逛百貨公司時，都可以翻閱書籍，欣賞畫作雕塑。不需要付費參觀，也不需要舟車勞頓到特定的場所，創意俯拾皆得。而本院目前在捷運地下街等人潮聚集之處，也設有相關的宣傳櫥窗，未來若能擴大主題及廣度，將更有宣傳效益。

## 陸、參考資料：

- 1、本院商品圖片取自「故宮精品網路商城」，網址：[www.npmshops.com](http://www.npmshops.com)
- 2、波酷網，2015 FRESH TAIWAN 前進泰國 快閃曼谷
- 3、金湯普森（Jim Thompson House）博物館簡介