公營博物館文創賣店的設置與營運－以黃金博物館爲例

王慧珍

摘要

本文旨在以新北市立黃金博物館金采賣店為例，說明公營博物館文創賣店的設置與營運。依據國際博物館協會（The International Council of Museums，簡稱 ICOM）的專業倫理規章，博物館中所有的商業行為也要符合教育的使命、維持產品的品質以及符合國家法律的規定。因此，金采賣店設置及營運的核心價值即在實現本館立館宗旨，希望能作為博物館教育經驗的延伸、推動文化創意產業，並與社區一起成長、共榮發展。前言簡述本館背景及立館宗旨。第貳節說明賣店自營業務的執行方法與步驟。第參至伍節說明本館賣店如何定位、前置工作如何辦理，以及日常營運諸事項等。第陸節簡述本館賣店自營的概況，賣店自營的挑戰及筆者對於公營博物館自營賣店業務的幾點建議。

關鍵字：博物館賣店，文創產業

Abstract

This paper aims to explain the establishment and operation of gift shops in government-run museums by using the gift shop in Gold Museum, New Taipei City Government as an example. The ICOM Code of Ethics for Museums prepared by the International Council of Museums stipulates that all commercial activities at museums need to conform to all applicable laws and regulations, maintain product quality and agree with the educational mission of museums. Therefore the establishment and operation of the gift shop in the Gold Museum has a core value of realization of the purpose of the Gold Museum. It hopes to extend the educational experience beyond the museum, to promote cultural and creative industries, and to grow and thrive with the community.

The preface of the essay is an introduction to the background and the purpose of the Gold Museum. The second section explains execution and operation of the gift shop business in the museum. The third to the fifth section illustrate the gift shop's positioning, preparations, and daily operational matters. The sixth section briefly describes the general situation of the shop's operation, its challenges, and the author's suggestions for independently-operated gift shops in government-run museums.

壹、前言

新北市立黃金博物館位於新北市瑞芳區金瓜石山城內，緊鄰國內外知名的觀光景點九份。金瓜石、九份、再加上濱海的水湳洞，三個聚落，簡稱「水金九」，是交通部觀光局票選的國內十大觀光小城之一，每年吸引超過 100 萬的國內外遊客到訪。金瓜石曾為東亞第一貴金屬礦山，金礦產量甚豐，曾因採礦事業聚居眾多人口。然而，隨著礦業沒落，山城人口紛紛外移謀生。為保存活化再利用礦業文化資產，並振興地方經濟，新北市政府（時為臺北縣政府）在金瓜石規劃籌建黃金博物館。本館自民國 91 年起開始籌建，93 年 11 月 4 日正式開館。近年來，更以「水金九」（水湳洞、金瓜石、九份）的名號行銷推廣本地。

由於金瓜石具有臺灣唯一的百年採金礦業文化資產以及絕美的山海景觀，因此本館的立館宗旨及主要經營方向定位為：「保存與再現礦業歷史與人文特色」、「成為環境教育的自然場域，推廣生態旅遊」、「推展黃金及金屬藝術，建立創意產業」、「社區生態博物館」等四大宗旨。開館迄今，共計約 680 萬人次（至 101 年 11 月 30 日止）到訪。觀光人潮湧進，漸次帶動發展地方民宿業、餐飲業、零售業等。本館賣店，作為博物館設施之一，設置及營運的核心價值即在實現本館立館宗旨，希望能作為博物館教育經驗的延伸、推動文化創意產業，並與社區一起成長、共榮發展。

開館之初，賣店業務採取委外經營的方式，委託專業廠商。民國 96 年，賣店定名為「金采賣店」。100 年 3 月結束委外經營，經過 4 個月裝修後，於 100 年 6 月 30 日開始自營。本文以黃金博物館金采賣店為例，說明公營博物館賣店之設置與營運，希望筆者的經驗能做為博物館賣店從業人員的業務參考。

貳、業務執行方法與步驟

博物館賣店自營的第一項工作為賣店的營運定位，這可以幫助賣店業務承辦人員規劃出符合博物館宗旨及核心價值的賣店。接下來就是依據營運定位計畫辦理各項前置工作，前置工作完成後，賣店得以開始營運。賣店開張後，為使營運上軌道，還有銷售服務、商品管理、現金管理等日常工作事項。賣店業務執行方法與步驟請詳見圖 1：賣店自營業務執行流程圖。

圖 1 賣店自營業務執行流程圖

參、黃金博物館賣店營運定位

博物館賣店屬於零售業，所不同者在於賣店的銷售服務還肩負傳遞博物館形象，延伸博物館教育經驗的公益使命。依據國際博物館協會 ICOM 的專業倫理規章，博物館中所有的商業行為也要符合教育的使命、維持產品的品質以及符合國家法律的規定[1]。本節將說明本館金采賣店的營運定位，包括基本條件盤點、消費者分析、競爭分析與市場區隔、營運時間與商品策略等。

一、金采賣店的基本條件

營運定位的第一項工作為賣店基本資料的整理，這可以幫助賣店業務承辦人員了解將來要經營的空間的基本條件，

1. 空間地點：黃金館外，參觀完黃金館後，動線直接引導至賣店。
2. 空間基本資料：室內面積約 10.6 坪，戶外空間約 18.2 坪。
3. 空間名稱：民國 96 年定名為「金采賣店」，沿用至今。
4. 空間定位與使命：水金九生態、歷史、地方藝術的意象延伸。提供在地藝術家、金工創作者之產品交易通路，扶植創作者。

二、金采賣店的消費者特性

「金采賣店」位於本館主要館舍「黃金館」旁。黃金館為本館主要展館，內有鎮館之寶「大金磚」，平均每年吸引約 44 萬人次入該館參觀。該展場動線會將館內遊客引導至「金采賣店」，因此，賣店的主要客源是來自參觀黃金館的遊客。黃金館休館期間，賣店的業績也隨之明顯下滑。

依據本館 100 年度「觀眾研究統計分析及活動問卷設計成果報告」，本館觀眾的基本特性為：女性為多，所佔比例超過 2/3。19-25 歲及 26-45 歲為主要年齡層，學生族群及上班族為多。教育程度則主要為大學生，超過半數。未婚者比例顯著較高，達 75%。居住地區以臺北市、新北市、基隆地區為最高。九份為受訪者最常另外到訪的景點。在本館停留時間以兩小時為最多。網際網路為受訪者主要得知訊息的平台，親友推薦次之。

圖 2 金采賣店位置圖

1 請參閱陳國政「台灣博物館之賣店生態與文化商品研究」頁 34

三、競爭分析與市場區隔

（一）金瓜石競爭者

水金九地區包含三個主要聚落：水湳洞、金瓜石以及九份。其中，九份最具知名度與人氣，因此發展出觀光客導向的九份老街商圈。水湳洞與金瓜石兩地皆無具規模的商店街。本館在地理位置上位於金瓜石，本館外部無商店，本館內沿著金光路至行政大樓一帶有私人營業的商店與攤販約 10 家，大都提供餐飲服務，與本館賣店商品屬性不同，因此，本館賣店在金瓜石並無強勁的競爭對手。九份商圈的購物機能完整，且本館離九份大約 8 分鐘車程，遊客大多選擇在九份用餐、購物，因此本館賣店的主要競爭對手並非來自金瓜石，而是九份商圈內的紀念品店。

（二）九份商圈

根據「九份商圈聯誼會」的網站資料，九份的商店主要位於基山街與豎崎路一帶，大約有 130 家商店，依據販售的商品類別可分為：地方小吃、特色民宿、茶葉品茗、手工藝術及其他店家等。每類商店所販售的商品內容如表 2 所述。依據右表，與本館賣店商品屬性相似者為九份商圈內「手工藝術」類別的店家，共 37 家，是賣店最大的競爭對手。

（三）市場區隔

九份是近年來國際知名的觀光景點，知名度及遊客數都比金瓜石高。購物機能完整，可以提供餐飲、紀念品、民宿等消費服務。依據本館 100 年度「觀眾研究統計分析及活動問卷設計成果報告」，來館參訪的遊客中有 46.8% 會順遊九份。因此，九份商圈的紀念品店實為本館金采賣店的強大競爭對手。相較於九份商圈的紀念品店，本館賣店商品的市場區隔擬定位為：

1. 以博物館意象開發獨賣商品。

2. 導入博物館專業的服務、解說。

3. 以商品傳達博物館教育的理念。

4. 以藝術、創意取代商業操作。

（四）金采賣店的營運時間與商品策略

1. 營運時間

賣店營運時間配合博物館營運，週一至週五每日 9：30~16：00；週六及周日 9：30~17：00。每個月的第一個週一為本館休館日，賣店也配合休館。

2. 商品策略

一般來說，博物館商品可分為三大類：典藏複製品、出版品、衍生性紀念品。本館目前典藏品共計有 1034 件，包括礦業用具暨工具、礦物、黃金製品及藝術品、四連棟展品。經評估，本館典藏品並不適宜做成複製品銷售。此外，依據委託廠商提供的賣店銷售報表，平均客單價約為 250 元。因此，自營賣店的商品規劃主要以出版品以及衍生性紀念品為主，這部份為賣店營業額主要來源。此外，為落實本館「推展黃金及金屬藝術，建立創意產業」及「社區生態博物館」與地方共榮發展的立館宗旨，自營賣店也計畫招募金工設計師作品以及在地藝術家的衍生性商品，以更優惠的拆帳方式鼓勵創作、協助推動文創產業。故，該店共規劃 3 大類商品，包括本館出版品及衍生性商品、金工創作作品、在地藝術家的衍生性商品。

由於博物館商品須符合本館立館宗旨及教育理念。故，衍生性商品擬開發或募集符合水金九意象、黃金主題、或是樂活概念者為主，藉以推廣礦業歷史、本地人文特色以及自然生態等。「衍生性商品」的品項最多，因其價格較便宜，容易入手。這類商品營業額預估佔總營業額九成以上。「金工創作」與「在地藝術家創作」類，商品以獨創性、限量為訴求，手作、創意為其特色，並且強調消費者與作者的聯繫，希望消費者不只消費商品，也透過商品理解創作者對於生活、藝術創作的態度與理念。這兩類商品營業額預估佔總營業額 10%。

表1　金采賣店委外期間入園人次、入黃金館人次及金采賣店消費人次					
	95 年	96 年	97 年	98 年	99 年
A入園人次	791,794	664,692	674,828	871,784	1,021,706
B入黃金館人次	328,098	247,546	363,868	483,347	532,988
C賣店消費人次			25,056	29,313	24,052
B/C*%			6.9%	6.1%	4.5%

資料來源：本研究整理

表2　九份商圈商店業種概況		
業 種	數 目	營業內容
地方小吃	63 家	芋圓、紅糟肉圓、魚丸、草仔粿、甜品、牛肉麵等各種小吃
特色民宿	11 家	提供住宿服務
茶葉品茗	17 家	販賣茶葉、提供品茗服務
手工藝術	37 家	民俗藝品、童玩、皮飾、水晶、異國風服飾、手工皂、陶笛、雜貨、禮品、飾品、創作品等
其他店家	4 家	藥局等無法歸類的商店

資料來源：九份商圈聯誼會官網

表3　金采賣店自營之商品規劃			
類別	主題	品項	備註說明
衍生性商品	1.以黃金為主題開發的商品 2.以水金九為主題開發的商品 3.樂活概念商品	紙類（明信片、筆記本、便條紙、卡片等） 雜貨（杯子、文具用品、家飾品、飾品、隨身小物、吊飾、鑰匙圈織品、盆栽等）	低價商品，好入手，單價多在250以內。
金工創作	金工創作者的作品	首飾類 器物類	強調手作、限量的中高價商品，價格約在500~10000元
在地藝術家衍生性商品	除金工創作以外的藝術創作或衍生性商品	不拘媒材	與藝術家洽談後決定

資料來源：本研究整理

肆、金采賣店自營前置工作

博物館賣店開設的前置工作就跟所有零售業通路設置一樣，需要考量到 3 個基本面向，一、空間與設備。二、商品。三、人力。各面向所需工作及規劃說明如下：

一、空間與設備

（一）金采賣店的空間整理

包括顏色計畫、燈光計畫、保全計畫、陳列計畫、空調電力維修整理等。由於金采賣店僅有 10.6 坪，因此店內空間的顏色規劃以白色為基底，希望呈現出清、透、亮的空間，營造輕鬆舒適的購物環境。入口處以金色拱門象徵金礦坑入口，櫃檯上方也以煤油燈造型的燈具增加礦業意象。靠近黃金館一側的玻璃窗，不設貼壁式展示櫃，讓光線及戶外的山景進入賣店，以自然光取代電燈。雨季時白天較暗，以崁燈、投射燈增加光源。保全部份，除了鐵門、電子保全、還裝設監視器，並且在門口加裝防盜門。陳列方面，規劃有方型壁掛式玻璃展示櫃 16 個、大型貼壁展示櫃 2 座、獨立雙面展示櫃 2 座及玻璃抽屜式矮展櫃 2 座。多元的陳列方式可有效利用空間，增加坪效，也可增加消費者購物的樂趣。

（二）營運設備採購或申請

1. 進銷存系統及三聯式電子收據申請及印製

為了有效管理商品的進貨、銷貨、庫存以及帳務等，賣店需採購進銷存系統（pos 系統）。商品進貨後先分類登錄進該系統，每項商品可因此取得 1 個商品分類號再將號碼輸出成商品條碼貼在商品外包裝上。結帳時用紅外線機器掃描後，即可將銷貨商品、結帳金額等登錄進系統，便於進銷存管理。該系統也可以記錄消費時段、消費方式（現金或信用卡）、折扣情形等等，可以幫助經營者了解收入、庫存以及消費特性。

另，配合進銷存系統，結帳收據一律為三聯式電子收據，分別為收執聯、記帳聯、存查聯等。該收據之印製需依據「新北市政府及所屬各機關學校各項收入憑證管理要點」規定，報上級主管機關核准後始得印製。

2. 防盜措施

受限於會計制度，公營博物館無法編列盤損，因此需加強防竊措施。賣店防竊措施包括電子保全、商品防盜磁條及防盜門、增加賣場人力加強商品維護管理、高價品放置玻璃櫃內並上鎖等。由於本地天候潮濕、雨季長，影響防盜磁條效果，賣店開幕營運後須定期檢查防盜門效果，並請專業廠商協助維護。

3. 信用卡刷卡機申請

為了提高消費意願，本館積極向聯合信用卡中心申請刷卡機。刷卡結帳向銀行請款，須支付刷卡金額的 2% 為刷卡手續費。因此，需經館方會計核准後，由銷售收入內編列刷卡金額的 2% 以支應該筆費用。

二、商品開發與招募

在賣店自營之初，受限於收支對列的預算編列方式，故該店商品以寄賣商品為主，俟賣店營業收入入庫後，始進行自有商品的開發生產。

（一）自有商品開發

自行開發的商品，是依據政府採購法規定，委託專業廠商設計開發。商品驗收後始於賣店上架販售。開發成果詳見「伍、金采賣店的日常營運」一節。

（二）寄賣商品招募

招募商品須經本館商品審核委員會通過後始得定約上架。商品審核委員會成員由業務單位簽准後實施，成員包括單位主管、活動、展覽承辦同仁等。審核流程如後，由廠商提送商品提報表送本館審核、經過初審委員（店長、賣店業務承辦人、業務單位主管）審核通過者進入複審。經複審委員通過後通知廠商進貨上架。寄賣商品由廠商負責設計生產、由本館代為經銷，銷貨所得依據契約拆帳後支付廠商貨款，餘為賣店收入，入本府市庫。採取寄賣方式，賣店沒有庫存商品的壓力。商品定價則由廠商建議。寄賣商品審核時，務使商品符合水金九意象、黃金主題、或是樂活概念的商品規劃方向，以遵守博物館賣店的倫理。

圖 3 金采賣店色彩計畫。
資料來源：黃金博物館提供

圖 4 金采賣店空間設計示意圖。
資料來源：黃金博物館提供

圖5 賣店現況。入口處以金色拱門象徵金礦坑。

圖 6 賣店現況。色彩以舒適清爽的白色為主調，
高低櫃加上壁櫃，多樣的陳列方式，增加消費者購物的樂趣。

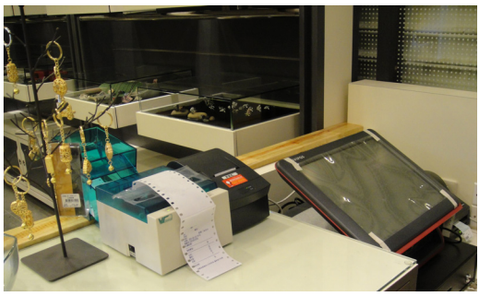

圖 7 賣店營運設備之一，進銷存系統以及收據機。

圖 8 寄賣商品審核流程圖

三、人力規劃

負責金采賣店業務的人力有 3 位，1 位業務承辦人、1 位店長、1 位店員。業務承辦人主要負責文創相關業務（包括賣店）的年度預算編列及執行，規劃執行商品開發計畫及店務發展計畫。店長及店員主要負責銷售及店務管理。目前店長的人力是由營運推廣組負責招募以及管理。店員則是由現場服務人員擔任，並由店長協助商品教育訓練。賣店每日有 2 人當班，店長及店員工作內容規劃如下表 4：

伍、金采賣店的日常營運

依據前述，空間、商品、人力等各項工作及規劃全數完成後，金采賣店於 100 年 6 月 30 日開始自營，日常營運工作事項，例如寄賣商品審核、自有商品開發等皆依據前述規劃執行。店務每日營運工作簡述如下：

一、銷售與客戶服務

由賣店店長及店員負責，依規定每日定時開關店，提供銷售商品所需的一切服務，並隨時回報消費者對於商品的意見，以作為商品開發及服務改善的依據。

二、辦理寄賣商品審核

依據前述規劃持續辦理寄賣商品審核。截至目前為止 (101 年 11 月止)，金采賣店共計販售包括吊飾、鑰匙圈、文具類、生技盆栽、明信片、書籍、唱片、金屬工藝創作首飾類等 762 項寄賣商品，與 31 家廠商合作。其中，金工創作者有 12 家，在地藝術家或水金九的文創工作者有 5 家。由前述可知，本館賣店逐步在落實「推展黃金及金屬藝術，建立創意產業」及「社區生態博物館」與地方共榮發展的立館宗旨。

三、商品上架、進銷存管理

金采賣店店內商品的進貨、銷貨、存貨皆透過進銷存系統管理。進貨須先分類並登錄進進銷存系統，並於商品外包裝上貼上商品條碼。銷貨時，以紅外線掃描器掃描條碼，進銷存系統即可紀錄商品銷貨品項及數量。商品低於安全庫存量時，店長需及時通知廠商進貨。

表4　店長及店員工作內容

店長工作內容	店員工作內容
● 每日9:00，請保全解除門禁後，開店門並做環境清潔檢視等開店準備工作。 ● 每日打烊後，協助清潔人員打掃店面。關店後由保全陪同將當日帳款帶回辦公室入庫。 ● 每日打烊後當日結款，填寫每日報表。 ● 每月5號前完成貨物盤點。 ● 進貨銷貨管理。 ● 處理廠商請款以及歲入上繳市庫。 ● 現場銷售服務。 ● 開發寄賣廠商。 ● 現場服務人員的商品教育訓練。 ● 商品上架。 ● 當班人員需負責現金控管，如有短缺，由當班人員照數額賠償。 ● 其他本館交辦有關金采賣店營運之工作事項。	● 每日9:00，請保全解除門禁後，開店門並做環境清潔檢視等開店準備工作。 ● 每日打烊後，協助清潔人員打掃店面。4時30分鎖上店門，並請本館保全設定門禁後方可離開。如遇店長休假，由保全陪同將當日結帳現金帶回辦公室入庫。 ● 每日打烊後當日結帳，填寫每日報表。 ● 當班人員需負責現金控管，如有短缺，由當班人員照數額賠償。

四、自有商品開發

截至目前為止 (101 年 11 月止)，賣店自有商品目前共開發包括文具類、T 恤、環保袋、馬克杯、雨衣、書籍等，共計 19 項商品。其中，有紅、白、黑三色的發財潮 T，因為符合國人追求財富的想望，銷售狀況最佳。

五、每日現金入庫、支付廠商貨款

金采賣店的付款方式有現金及信用卡兩種。銷貨現金需辦理每日入庫的事宜。信用卡刷卡帳款則向聯合信用卡中心請款，請款後，隔日起算兩個工作天後匯到本館保管款帳戶，再移請本館會計、出納辦理收入入市庫。該店營業收入每季拆帳後，支付廠商貨款，餘上繳市庫。另，賣店日常營運也須準備一定數量的零用金。年初時向出納申請、年終時須繳回再進行申請事宜。

圖 9 本館自行開發的「發財潮 T」，有黑、白、紅三色，深受遊客喜愛。

六、人員教育訓練

包括銷售技巧、認識商品、客訴處理、現金管理流程等等。

七、硬體設備維護

包括燈光、水電、防盜設施、收據機等等。需定期請專業廠商協助檢修、維護。

圖 10 「黃金博物館紀念筆」，是本館首次與知名德國文具品牌「Lamy」合作的紀念筆款

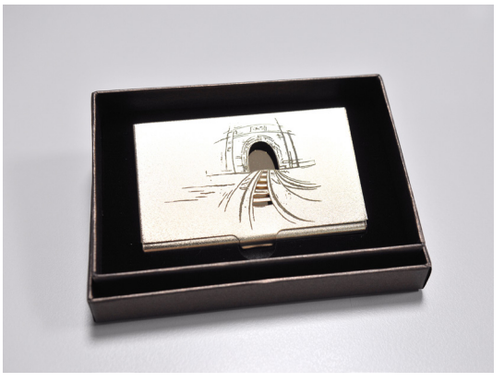

圖 11 「本山五坑名片夾」。其設計概念衍生自水金九的百年採金礦業，正面是本館著名的坑道體驗場地「本山五坑」。設計師以俐落的線稿描繪本山五坑，並在坑口的地方鏤空處理，以穿透感呈現深入地底的金瓜石坑道。

陸、結論與建議

一、金采賣店自營營運概況

金采賣店開幕至今（101）年 11 月止，寄賣廠商 31 家，寄賣商品 762 項，自有商品 19 項。營業額約 593 萬，以現金結帳者約佔 77%，餘以信用卡結帳。歲入約佔淨收入 4 成，其中，金采賣店自行開發商品及出版品銷貨收入約佔 16%，餘為寄賣商品拆成後的收入。每月平均營業額約 35 萬。每月平均來客數約 1071 人。每人平均客單約 326 元。平均每位客人消費 1.8 個產品。暢銷商品皆跟大金磚或黃金意象有關，例如金磚手機吊飾、金磚鎖圈等。來客消費時段集中在上午 10 點到下午 3 點間。

7 月、8 月暑假期間，是本館參訪遊客數目的高峰期，這時期賣店的營業額也會較高。依據 100 年的觀眾研究調查報告，約有 15% 的遊客會進入賣店。對於商品價格，69% 受訪者覺得合理，30% 的受訪者認為太貴。關於商品品質與服務品質，27% 受訪者認為商品品質很好，35% 的受訪者認為服務品質值得嘉獎。對於服務品質的滿意度高於商品品質。關於消費者的年齡，18 歲以下　與 46-65 歲兩年齡層的消費者在賣店消費的比例較平均值高。然而，兩個年齡層對賣店商品價格的感受卻不同，18 歲以下的的消費者認為賣店商品太貴的比例顯著較高，而 46-65 歲認為紀念品店商品價格合理的比例顯著較高。總結來說，大部分的消費者覺得金采賣店商品價格合理、服務品質佳。

二、公營博物館設置賣店的挑戰與建議

本館開館之初，賣店業務由委外廠商協助，直到民國 100 年 6 月 30 日，賣店始開始自行營運。所謂「委外經營」指的是依據採購法取得廠商。由廠商負責賣店所有業務，包括賣店人力招募培訓、商品開發生產、營運所需生財器具採購等一切營運相關事宜。館方提供場地、負責監督，並收取權利金、租金、水電費等。所謂的「自營」指的是博物館編列預算、自行招募培訓人力、自行招商、自行開發生產商品。營業收入在扣除廠商寄賣商品拆帳後，全數上繳市庫。委外的優點在於館方不用支付人事成本、沒有庫存壓力，還有權利金或租金等收入。缺點在於委外廠商的經營在市場競爭、公司經營的壓力下較難以兼顧博物館的公益使命。自營賣店由於獲利壓力較小，可以引進或開發兼顧博物館教育理念的商品，挑戰則為公營博物館的人力編制、會計制度、以往的業務屬性等沒有適宜開設賣店的條件。承辦人往往需要多方尋求意見、自行摸索出解決方案。

作為非營利組織的地方博物館通常都沒有編制專業的通路經營人員、商開人員及銷售人員，通常也沒有機會辦過類似業務。因此，銷售人員要重新招募訓練。通路經營、商品開發等工作也需要承辦人及業務單位多方取經、發揮創意，尋求適合公務體制的解決方案。另，在本館的案例裡，由於 100 年的賣店預算以收支對列的方式編列，故，也須思考在沒有開店之前、無收入的情況下，如何完成開店的前置工作以及商品招募。於此，本館的解決方案是，配合收支對列，在沒有歲入繳庫的期間，金采賣店開店後初期，商品先採取招募寄賣廠商的作法，等到歲入繳庫，始進行自有商品的開發上架。在賣店自營籌備期間，參考新北市政府其他博物館自營賣店的營運，才發現公營博物館無法像一般零售商店編列盤損，因此特別加強商品防盜規劃。在招募或開發商品時，本館也努力兼顧市場性及博物館宗旨與賣店倫理，因此，31 家合作的寄賣廠商中，金工創作者、在地藝術家或水金九的文創工作者，總計有 17 家，佔所有寄賣廠商的一半以上。希望能以博物館的知名度帶動行銷這些小資本的創意工作者，達到推動文創產業、與社區共榮發展的立館宗旨。

公務人員經營零售商店，對於本館或任何公務機關來說，都是一項創新的業務。在賣店設置的前置工作裡，最大的困難則是在於缺少相關業務的經驗及專業人力。在賣店設置開始營運後，最大的困難則是在於開發或招募同時兼具市場性或教育性的商品以及庫存管理。因應公營博物館的人力編制及預算編列特性，博物館從業人員在辦理賣店自營業務時，為提升經營效益，並符合博物館賣店倫理及使命，筆者有以下幾點建議供參。

1. 受限於公營博物館的人力編制，通常不會有設計、商開專業人才。館方可以尋求專業廠商協助，解決人才、人力不足的問題。

2. 為減少庫存壓力，規劃商品時，可以經銷寄賣為主，自行開發採購為輔。也可提供優惠條件，洽談廠商合作開發商品。由廠商提供產品，本館經銷。

3. 為使博物館賣店商品正確傳達博物館教育理念與使命，館方應具備審核機制來審核經銷寄賣的各項商品。

4. 由於公營博物館的會計無法讓賣店像一般零售通路一樣編列盤損，館方應加強保全、防盜措施，降低商品失竊率。

金采賣店自營迄今已經一年多。很多消費者覺得自營後的賣店，購物環境更佳、服務品質更好。未來，希望金采賣店可以秉承本館「與社區共榮發展」、「協助推動文創產業」的宗旨，引進更多本土的品牌、以及使用在地原料、在地生產的商品。透過賣店的商品、解說服務、空間等，持續傳遞博物館的公益使命及教育理念。

參考書目

1. 林青梅，公立博物館自營商店的可能與挑戰—以陶博館為例，臺灣博物季刊，30卷，第3期，2011年。

2. 陳國政，台灣博物館之賣店生態與文化商品研究，國立成功大學碩士論文，2005 年。

3. 蔡怡怡，公營博物館之自營商店政策探討—以中正紀念堂管理處為例，博物館學季刊，26（1）127-149，2012 年。