

國立臺灣圖書館 文化特色商品設計開發 實例分享

吳明珪 國立臺灣圖書館主任秘書兼中山樓管理所所長
樓文甯 國立臺灣圖書館中山樓編輯

【摘要】隨著全球化風潮，經濟型態已經轉變為以創新為主的知識經濟型態，而「文化創意」也在此時空背景下因應而生，期望將原有的「文化產業」導入創新元素，以創造高附加價值，帶動公共圖書館館藏推廣發展及增加自籌經費收入。在經營管理層面，應用適當的行銷策略，達成永續經營與文化推廣的目的。國立臺灣圖書館擁有悠久的歷史背景，獨有的日治時期臺灣學館藏，承載著文化互動與時代變革的歷史意涵；在教育推廣上，除藉由數位化快速的將知識傳遞，館藏加值商品的流通，也可視為最直接、也最生活化的宣傳媒介。

關鍵詞：國立臺灣圖書館；陽明山中山樓；文創商品

壹、前言

館藏文化資產不論是有形或無形的歷史人文，都是館所推廣發展的主要內涵。透過保存維護與創意活化，再加上專業化的營運管理，文化再現便可隨之繁榮發展。因此，世界各國公共圖書館所莫不以此作為活化轉型的治理策略。

國立臺灣圖書館（以下簡稱「國臺圖」），成立於1914年，前身為日治時期「臺灣總督府圖書館」。1945年，由臺灣省行政長官公署接收「臺灣總督府圖書館」館藏16萬冊，次年合併「財團法人南方資料館」館藏4萬冊，成立「臺灣省行政長官公署圖書館」。1948年，改隸臺灣省政



府教育廳，更名為「臺灣省立臺北圖書館」。1973 年奉行政院令改為「國立中央圖書館臺灣分館」，隸屬教育部。2004 年底，遷建於新北市中和區現址。2012 年，配合行政院組織調整，自 2013 年更名為「國立臺灣圖書館」，並接管陽明山中山樓管理所，接續辦理該樓市定古蹟之維護及營運管理工作。

依據「國立臺灣圖書館組織法」，職司圖書資訊之蒐集、整理、保存、利用、推廣及促進臺灣學資料之研究，保存日治時期以來最完整的臺灣文獻與東南亞資料，且為政府出版品寄存法定機關，設有企劃推廣組、採訪編目組、閱覽典藏組、參考特藏組、秘書室、人事室、主計室，提供專業的圖書資訊及讀者服務，並協助全國圖書館閱讀推廣與發展。2007 年，教育部函囑成立臺灣學研究中心；2014 年，指定為身心障礙專責圖書館。近年更規劃多元服務閱讀專區，與異業結盟合作，辦理各項社會教育閱讀推廣活動，以推動終身學習理念，發揮整體社教功能。

館內珍藏之臺灣資料，包括：舊籍圖書、期刊報紙、清代臺灣古文書、族譜資料、碑碣拓本等舊籍資料，已建置「日治時期圖書（期刊）影像系統」，完成數位化圖書 2,887,933 影幅、詮釋資料 16,462 筆/本，期刊 1,116,211 影幅、詮釋資料 293,349 篇（約 322 種），地圖 2,198 影幅、

詮釋資料 1,649 筆。讀者可透過借閱證號於線上閱覽與下載數位影像檔，學術機關團體可透過網路 IP 認證申請使用，目前已認證 231 個（含國外 15 個）學術機關團體。

面對新時代的挑戰，圖書館數位化的成果必須拓展更大的應用空間，使圖書資料的應用更具多元性與生活化。國臺圖自 2007 年開始致力於活化特色典藏，僅由 2 名具文創設計背景館員，以土法煉鋼方式自行設計開發文創品，試圖將珍貴的臺灣資料轉化應用於各個層面，透過館藏的設計加值，吸引大眾對臺灣歷史資料的興趣，藉以擴展臺灣學研究的深度與廣度。至今，已開發設計 89 項文創品。

本文謹野人獻曝，分就臺灣學特色館藏、中山樓建築美學及珍貴動產，轉化形塑國臺圖特有之人文樣貌，創新生活美學用品，輔以行銷推廣，讓民眾得以親近平時深藏庫房、不易接觸到的特藏菁華圖像，化身生活用品，得以時時玩賞回味。

貳、館藏特色及設計理念

一、臺灣學特藏文創設計理念

臺灣文獻資料中，中文圖書主要有方志、採訪冊、輿圖、族譜、詩文別集等，如《六十七兩采風圖卷》等；日文圖書多為日本治臺時期及日本內地所撰的書籍與資料，內含有官方的公報、官報、年鑑、業務計畫等資料，甚至包含旅遊的宣傳品、寫真集（帖）、街庄概況與地形圖；



西文圖書保存有關臺灣專書中，不乏珍貴的珍本，如十七世紀出版的《被遺誤的台灣》荷蘭文原本。館藏珍貴之日治時期報紙，如《臺灣日日新報》、《臺灣日報》等，記載當時社會、政治、工商產業等報導與評論，為研究日人治臺實況之重要資料；期刊雜誌則包含教育、醫學、建築、文藝、宗教、美術等類別，如《台灣教育》、《臺灣醫學會雜誌》等。館藏珍貴之臺灣古文書，包含番契、漢契及各種文書，為研究臺灣開發早期的社會、政治、經濟、習慣等重要原始資料。

南方資料 4 萬冊，來自於 1940 年代臺灣總督府執行日本政府的「南進政策」，由臺實業家後宮信太郎捐獻的 100 萬日圓為基金成立南方資料館，專責蒐集華南及南洋一帶的政治、經濟、文化等情勢研究與資料，如《南支那及南洋情報》、《南洋年鑑》、《南洋鑛產資源》、《南支南洋研究》、《南方資料館報》等，以及許多南洋語言學習教材，正建置「館藏南方資料影像系統」，進行南方資料數位化。

館藏加值應用的範圍，相當廣泛。國臺圖除進行商品開發外，同時將館藏圖樣應用於館內空間布置、文宣海報、出版品及借閱證等，藉由整體視覺的規劃，營造歷史文化的氛圍，並建立一致的圖書館形象。

（一）館內空間設計應用

1. 一樓自動借書區意象設計



2. 二樓新書展示區意象設計



3. 五樓臺灣學研究中心意象設計





（二）出版品封面設計應用

1. 《臺灣學研究》封面，來自臺灣古地輿圖

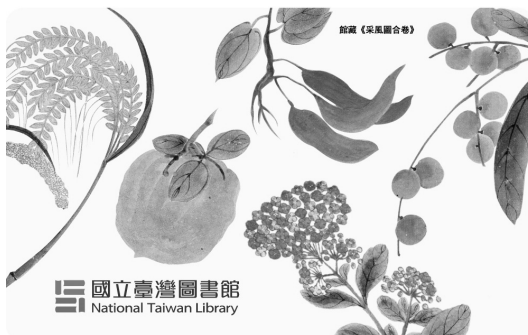


2. 《館藏臺灣學研究書展專輯》封面，來自國臺圖典藏立石鐵臣版畫——眠床



（三）借閱證主視覺設計

1. 來自《采風圖合卷》臺灣水果（2007 年）



2. 來自《采風圖合卷》迎婦（2014 年）



（四）館藏文化商品系列

1. 采風系列（見圖 1）

鎮館之寶之一《采風圖合卷》，為清乾隆年間巡臺御史六十七聘請畫工所繪，由臺灣總督府圖書館館長太田為三郎於 1921 年自東京南陽堂書店購得。全卷風俗、物產各 12 幅，詳細描繪當時臺灣平埔族人文風俗及物產之情況，充分呈現臺灣早期生活實況，為研究臺灣風土民情及物產之珍貴資料。



夾鏈袋/織布



夾鏈袋/迎婦



絲巾



采風化妝包



書袋



采風餐墊



馬克杯/花



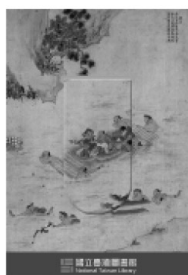
陶瓷吸水杯墊/花



春米



花



渡溪



迎婦



水果

圖 1：采風系列商品



2. 設計風華系列（見圖 2）

本系列由總督府圖書館時期的珍貴館藏中，選出記錄日治時期美術設計發展的圖樣加值應用。這些視覺圖像，融合中國傳統、西方、日本的美術特色，並且記錄了產業、風景、文化、民俗等各個面向的臺灣，為當時臺灣的社會文化留下珍貴的見證。

另自 1895 年至 1945 年間之館藏中，精選出一系列以女性為題材的雜誌封面，創作者捕捉了各種女性的形象，她們或沉思、或舞動、或傳統、或現代，展現二十世紀初期各種文化交流下豐富而多樣的女性面貌。

3. 漂流臺灣系列（見圖 3）

珍藏之《享和三年癸亥漂流臺灣チョプラン鳴之記》，為日船「順吉丸」船長文助口述、秦貞廉整理。該船於日享和二年（1802）年底自日本箱館出航，途中因暴風雨漂流至臺灣東部秀姑巒溪口。文助於當地生活四年，歷經萬難返日後，將其經歷口述整理寫成本文，並加上多幅描繪當地住民風俗、住家、裝飾、祭儀等等彩色圖繪。



1895-1945臺灣美術設計風華明信片



1895-1945女性系列雜誌封面明信片

圖 2：設計風華系列商品



書籤組



茶具組



真皮名片夾



真皮筆記書

圖 3：漂流臺灣系列商品

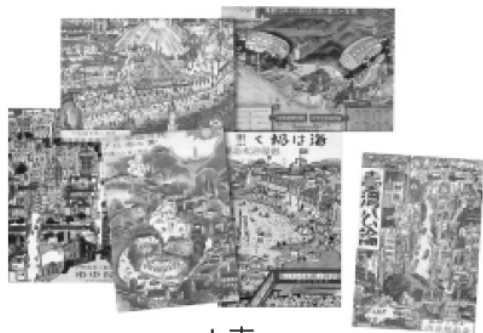


4. 鳥瞰臺灣系列（見圖 4）

雜誌《臺灣公論》創刊於 1936 年，自 1 卷 6 號（1936 年 6 月）至 4 卷 1 號（1939 年 1 月）間，連續刊載了一系列臺灣各地鳥瞰圖，內容遍及基隆、臺北、新竹、臺中、臺南、高雄、屏東、臺東等地，圖像內容及色彩均相當豐富，引人注目。



筆記本



L 夾

圖 4：鳥瞰臺灣系列商品

二、中山樓建築動產特色設計理念

國臺圖自 2013 年正式接管陽明山中山樓。中山樓啟建於 1965 年，原為紀念孫中山先生百年誕辰暨復興中華文化，為早期我國舉行重要活動及接待外賓之場所，後為國民大會之議事殿堂。

中山樓位於臺灣山脈之始，山勢雄偉

峻拔，林木蔥蘢，氣象莊嚴，從構思、設計至建造完工，出自臺灣第一位女建築師修澤蘭之手。以中國宮殿式建築藝術為藍本，與一千四百多名榮工，經十三個月又四天，於 1966 年 11 月 6 日完工，創下臺灣建築工程施工最短紀錄，並在國父誕辰 11 月 12 日舉行落成典禮。中山樓外觀宏偉，建築屋簷頂上的脊飾，簷角上的仙人走獸，呈現中華傳統建築細部雕刻美學。又有 100 級壽字階梯，扶手上 100 顆大理石壽桃，處處福、壽吉祥寓意。48 種樣式、408 盞手雕宮燈，最大的宮燈長寬達 240 公分，比雙人床還大，且為全世界唯一建在硫磺口的建築物，可謂融合歷史、文化及藝術之價值於一身，故於 2005 年被臺北市政府評定為市定古蹟。

中山樓金碧輝煌，室內外裝飾工作的工人種類多達四十多種，處處可見精心設計。梁柱以色澤鮮豔、變化多端的牡丹、西番蓮、團龍、祥雲等傳統圖樣裝飾，再以純金金箔、金粉、泥金描邊，古典華麗，即使經硫磺氣多年薰蝕，亦歷久如新。梁柱、家具及宮燈皆未用一根鐵釘，而以卡榫接合，加以真金屬性恆定，整體建築未受到硫磺氣太大影響。螺鈿家具及屏風出自國寶藝師陳志升之手，以精心挑選的珍珠、九孔、養珠等貝殼或牛角、象牙鑲嵌裝飾，增加色澤變化。這些文物極璀璨華美之雕鑄，在在都見證了臺灣當時工藝巔峰之水準。



中山樓入藏的水墨書畫落款時間，集中於 1967 年至 1970 年四年間。經專家逐一考察評估後，編列為「珍貴動產」的書畫作品共有 20 件；一件為四季瓷版畫、一件為許九麟的〈國父畫像〉油畫，其餘皆為水墨作品，包括：馬壽華〈四竹〉、曾后希〈子貢連騎〉、季康〈仕女畫屏風〉、江兆申〈山水屏風〉、歐豪年〈荷〉、黃君璧〈松蔭觀瀑〉、汪亞塵〈春藤游魚〉、高逸鴻〈三花二貓〉、林玉山〈雙鹿松濤〉、胡宇基〈荷〉等。至今中山樓內書畫創作最多者，為購藏歐豪年 1968 年秋〈山高水長〉、1969 年元旦〈柳鷺〉、1969 年〈千里江山一擊中〉、〈一鳴天下白〉、〈松柯壽帶〉、〈荷〉、〈獅吼〉、〈朝雲〉八幅巨作，以及兩巨幅駿馬圖各長 265 公分、寬 520 公分，懸掛於可容二千人的國

宴廳挑高三層樓的一面牆壁上，矯健豪縱，飛行萬里之勢，大氣壯闊可匹配相當。

此一翠綠寶殿在莊嚴肅穆的蒼翠松柏中，依然熠熠生輝，見證了民主憲政發展的珍貴建築藝術文化資產。在教育部指導下，積極活化，期使將中山樓轉化為一個兼具憲政歷史、教育文化、建築、觀光等多元價值的重要國家資產，與全民共享，並創造其經濟價值，永續經營。2014 年底，完成「陽明山中山樓珍貴動產數位化及仿製品製作計畫」，並開始自行開發設計製作文創品，用創新設計手法，讓中山樓「建築美學」及「珍貴畫作」，變身為結合文化底蘊的創新設計並結合相關商品的設計策略，保存並注入文化創新的成功方程式，融入美學的文化，讓文創深耕於生活美學實用商品。

（一）建築之美系列（見圖 5）



馬卡龍T-Shirt 藍色



馬卡龍T-Shirt 金黃



馬卡龍T-Shirt 桃紅



馬卡龍T-Shirt 粉紅



中山樓帽子(黃)



中山樓帽子(紅)



文青小書包



文青兩用側背包

圖 5：建築之美系列商品



中山樓外表宏偉、內部璀璨，樓之結構層層疊疊，屋頂鋪蓋以綠色琉璃瓦，飛簷翹角有如大鵬展翼，活潑而生動，加以紅簷白牆，尤顯壯麗。內部有古典家具擺設之會客廳，其裝潢以明、清兩代圖案彩繪，宮燈樣式變化多端，典雅如天花板以噴沙、立粉製成，豔麗如梁柱、壁體上彩繪之色澤鮮豔、變化多端，觀之皆高雅華

麗，令人激賞。

（二）彩繪美學系列（見圖 6）

宮燈，是中國傳統文化藝術的特色之一。陽明山中山樓超過 400 盞的宮燈，儼然是宮燈的寶庫。精雕細琢、華麗典雅的裝飾藝術及柔性的美學，充分調和建築的剛性線條。針對此獨特細緻的风格設計出的「中山樓宮燈書籤」，實為品味的您值



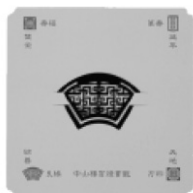
中山樓御簽筆組



萬壽書籤萬用卡



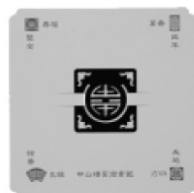
龍門手札筆記本



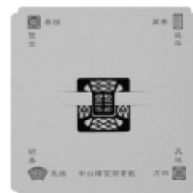
宮燈書籤/結善良緣



宮燈書籤/萬壽延年



宮燈書籤/天地四方



宮燈書籤/福壽雙全



零錢包/彩繪美學



零錢包/福氣滿滿



零錢包/萬壽無疆



零錢包/寶相花



寶相花桌墊



中山樓絲巾/彩繪美學

圖 6：彩繪美學系列商品



得收藏的文創精品。

中山樓內的裝飾藝術有令人嘖嘖稱奇的華麗彩繪——金箔寶相花。寶相者，謂佛像莊嚴之相；寶相花紋，主要以蓮花為圖案設計的基礎，融合了石榴、卷草、祥雲與牡丹花的形態，形成一種多樣花卉的綜合幾何圖案，有莊重、富貴、高潔、吉祥的多重寓意。

（三）季康大師仕女、花鳥畫作系列（見圖7）

季康〈仕女屏風〉典藏於中山樓會客廳會客席之前，見證元首會面各國政要重要場合。由此可見，蔣夫人對其畫藝之喜

愛與推重，堪稱為鎮樓之寶。季康，浙江慈谿人，筆下的馬、仕女、蘭花並稱為「季康三絕」。張大千觀其仕女圖，讚賞不已，曾經贈字「眼中恨少奇男子，腕底偏多美婦人」。屏風分上、中、下三段，上段以人物畫仕女為主體，分別以春夏秋冬四季花卉植物為景，所繪仕女神情悠然自適，明麗清朗，一掃舊時仕女畫頹廢瘦弱之態，畫屏橫段分別為梅花、桃花、水仙、蘭花、菊花、蓮花、牽牛等工細筆畫，秀麗雅緻，與下段清供圖之組合所表現的瓶菊延壽、瓶松長年、壯元紅吉祥等寓意相對應，實有清新華美之態。



春景咖啡杯盤組



季康仕女屏風 L夾(組)





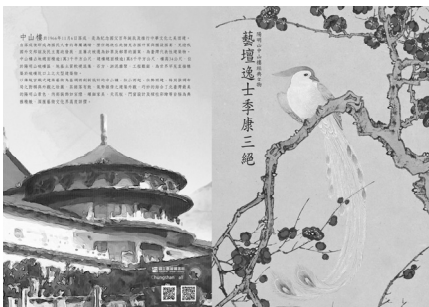
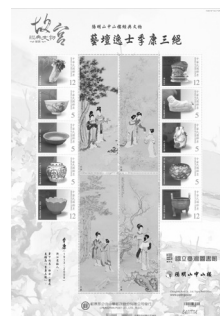
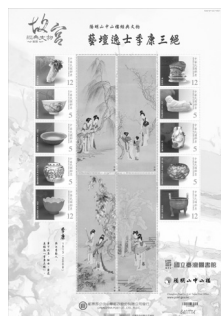
典藏季康/仕女絲巾



典藏季康/春景絲巾



季康仕女個人化郵票組



季康花鳥個人化郵票組



季康花鳥四屏 L夾(組)

圖 7：季康大師仕女、花鳥畫作系列

參、文創商品開發流程及銷售管道

國臺圖文創商品開發策略，分為「自行開發」及「委外開發」兩種類型；其開發流程可分為五個階段：設計元素（即素材選擇）、設計應用、製作生產、行銷策

略及效益分析。（見圖 8）

國臺圖於入口網首頁設置創意商品專區，以中英文雙語介紹各系列商品，並於館內一樓大廳設計商品展示櫥窗，大幅增加產品曝光率。商品販售方式，主要採寄



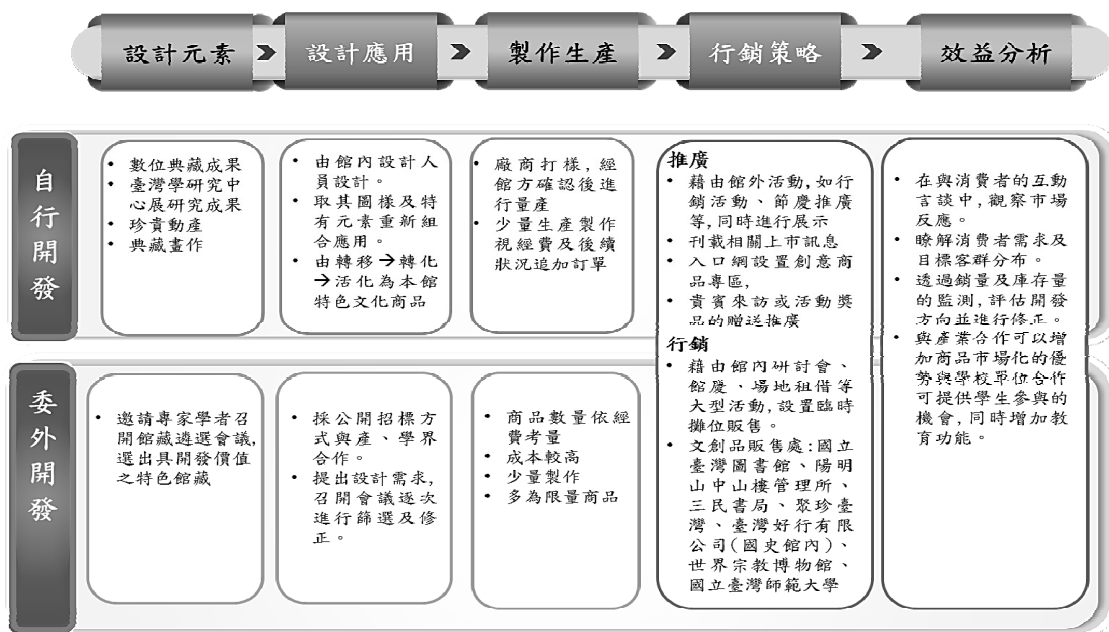


圖 8：文創商品開發流程五個階段

售的合作模式，實體店面包括國立臺灣師範大學圖書館、世界宗教博物館、三民書局、林百貨－林珈琲、聚珍臺灣（本店及濱町店）、臺灣好行（國史館內販售）及陽明山中山樓管理所，共 7 個寄售點，以及三民網路書店、國立臺灣師範大學 E-Shop 二處網路商城。2018 年，於館內一樓流通櫃臺增設現場購買點，方便讓讀者在借還書時，也可將館藏文創品帶回家。

肆、結語

一、開發館藏加值延伸商品的效益

文化轉換商品設計模式，認為首先面對文化來源時，應先針對文化來源擷取文化元素並歸納其特質，作為設計轉換時使

用。進行設計轉換時，則導入商品特質思考，觀察文化特質與商品特質間具有的關係與發展性，設計適宜的文化商品，之後再經由適合的文化因子及市場銷售面進行檢視，使文化商品轉換設計更加完整。設計策略藉由相關可辨識的設計元素，由內而外的描繪文化商品的設計可能性，產生連結文化內涵的設計概念。

（一）延續傳承歷史文化的途徑

將商品視為館藏的延伸，亦可作為另一種推廣歷史知識的方式，讓民眾透過衍生商品的體驗與收藏，更加深入了解國臺圖館藏的歷史特色，以及增加對圖書館的認同感。



（二）教育推廣場域活化的功能

圖書館不僅提供社會教育活動，更因應大眾對於研究以及休閒消費的服務需求，藉由商品的推廣使用，來增進民眾與圖書館間的互動交流，提供更完整的閱讀經驗。

（三）圖書館藏設計加值的功能

將這些館藏圖像及內容的介紹，透過應用於日常生活中所熟悉的商品，以及包裝或摺頁上的商品說明，幫助觀眾以簡單輕鬆的方式，更親近館藏所涵蓋的知識。

（四）傳遞知識的媒介

利用商品流通的普遍性，誘發一般大眾在圖書館探索相關資料或更進一步的研究，增加圖書館資源利用的價值。

（五）館務基金的增加

配合社教館所實施館務基金的政策，將商品收益轉化為提升圖書館的服務功能，也是圖書館達到永續經營的方法之一。

（六）圖書館形象的行銷

運用歷史文化延伸的商品擁有很大的宣傳潛力，優質商品的推廣販售可以提供資訊並獲得回饋，其發揮的功能與圖書館教育的本質意義相同。透過特色商品建立鮮明、親切、獨具風格的館所形象，不僅是藉此妝點門面，也是吸引讀者所須具備的要素。

二、未來發展策略

文化商品設計的關鍵技術，在於文化

內容的元素萃取與轉化應用，並以保有文化的核心價值，轉化為符合時尚市場需求的創意加值設計為目的。即從商品的情感意念，延伸出強調文化表現，進而發展出文化商品設計的創新機會點，打造國臺圖以閱讀知識為基底的多元化形象品牌，結合「文化」與「創意」模式的商品、活動與服務。差異化行銷、館藏特色及文化的傳遞，營造創意生活的場所兼具文化價值、跨界結合的館所。

（一）異業結盟

縱向及橫向跨業合作，互享消費族群，異業攜手合作行銷。1+1>2 增加銷售通路多元化及廣度。例如，與博客來社群網站、文化行銷業者合作。

（二）行銷通路

提升至經營策略角度，透過實體與虛擬行銷通路行銷文創商品。

（三）增加差異、創造獨特

以館藏特色元素客製化的商品達到客戶的需求，除了增加商品的差異化外，客製化發展也可以提高國臺圖文創產品的獨特性，創造國臺圖的藍海長久經營策略。

（四）活化設計元素

創新與活化館藏特色，透過文創設計理念過程中的多元創新，將文創商品的屬性提升活化，讓國臺圖的文創品不只是商品，更將故事化導入，增加文化價值性。

