

國立臺灣藝術大學 藝術管理與文化政策研究所

學生至「藝文機構實習」 實習報告書

一、基本資料

姓名	吳盈諄	學號	10325504
實習時間	2015.06.29- 2015.08.21	實習單位指導人	陳乙禎小姐
實習單位	新北市立鶯歌陶瓷博物館，行銷企劃組		

二、實習報告

1. 實習機構概況

新北市立鶯歌陶瓷博物館（以下簡稱陶博館）自 1988 年倡議興建，至 2000 年正式開館啟用，是臺灣第一座以陶瓷為主題的市立博物館，其成立宗旨為發展臺灣陶瓷文化並調查、收藏、保存與維護臺灣陶瓷文化，其目標擴及地方、全國、國際性，觀其發展匯聚產業、官方、學界於一身，即鶯歌陶瓷產業發展、陶瓷國際外交、陶瓷文化研究與推廣三方面。就組織編制可分為四組：典藏展示組、教育推廣組、行銷企劃組、營運行政組。

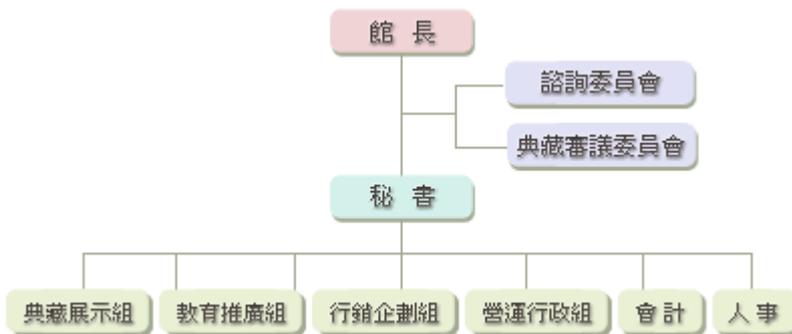


圖 1 陶博館組織編制表

我所實習的組別為行銷企劃組，該組於 2007 年為加強媒體公關、異業合作及社區營造等業務而設立，主要負責博物館行銷開發及研究、客服策略、新聞、媒體公關、社區營造、文化觀光等事項。人員目前約有 9 位（2 位為文化商店店長），業務內容大致如下：

- (1) 社區營造、地方文化館、館際交流、姊妹館、綜合業務
- (2) 行銷宣傳、藝企合作(異業合作)、鶯陶卡專案、文化觀光
- (3) 「鶯歌燒」品牌建置計畫、文創與文博會展售

- (4) 文創商店管理與營運、文創商品設計開發
- (5) 媒體公關、新聞連絡、新聞採訪
- (6) 「週二樂齡砌陶趣」活動規劃與執行
- (7) 季刊、文宣品、電子報

2. 實習工作內容

(1) 第一週 (06/29 - 07/04) :

認識陶博館環境及行企組業務內容、上傳展覽活動訊息、製作實習生識別名牌及打卡牌、協助裝訂實習生說明會文件、參加實習生說明會、瞭解教育推廣組歷年活動內容、參觀常設展、預擬特約店家對鶯陶卡特約店家權益及表單可能產生的疑問、整理鶯陶卡特約店家資料(店家資料建檔、資料表掃描)。

(2) 第二週 (07/06 - 07/10) :

參加館內「服務與客訴抱怨(暨實際演練)」課程、參加陶品集特聘陶藝家林妙芳老師講解陶藝釉藥專業課程、至鶯歌車站發送展覽海報、製作網站初步構想簡報、整理鶯陶卡特約店家資料(店家資料建檔、複查並列印廠商設立登記證明、資料表掃描)、參觀「陶醉自然」特展、參觀駐村中心、聆聽並觀摩漢青老師示範介紹手拉坯過程、鶯陶卡專案發想與討論(討論鶯陶卡會員、廠商分類及旅遊主題,並針對網站會員風格、內容和廠商分類作發想)。

(3) 第三週 (07/13 - 07/17) :

製作鶯陶卡網站大綱(首頁、廠商頁面、會員頁面等版型及內容;分類命名、後端維護功能)、參觀「碗約新北·新客相傳」特展、製作鶯陶卡行銷網站前臺建置建議表(緣起、「鶯陶卡」網站前台架構、「鶯陶卡」網站內容、「鶯陶卡」網站行銷)、製作鶯陶卡行銷網站後臺建置建議表、製作並分析網站功能優缺點表單、整理鶯陶卡特約店家資料(店家資料建檔、簡介編修、列印設立登記文件、資料表掃描)。

(4) 第四週 (07/20- 07/24) :

製作各路段參訪店家名單、製作網站前後臺標題及功能簡表、整理鶯陶卡特約店家資料(店家資料建檔、簡介編修、列印設立登記文件、資料表掃描、照片整理)、製作行銷活動表、製作鶯陶卡網路建置建議、走訪文化路、建國路、中正一路、南雅路、行政路上及鶯歌光點內的店家(發送資料袋、協助加入鶯陶卡特約店家、補拍照片、訪談協助撰寫店家簡介與特色)、找店家拍攝角度參考照片、找廠商頁面供參考。

(5) 第五週 (07/27- 07/31) :

店家照片分類歸檔、協助撰寫季刊文案宣傳鶯陶卡(500字)、製作網站頁面版型、瞭解行企組於何處刊登廣告及後續資料建檔、鶯陶卡招募會員文件資料裝訂、協助製作工讀生識別牌及打卡牌標籤、參觀「土神祭聲之巫—杜爾陶藝個展」、整理鶯陶卡特約店家資料(店家資料建檔、簡介編修、列印設立登記文件、資料表掃描、照片整理)。

(6) 第六週 (08/03- 08/07) :

瞭解館內美編人員工作範圍、鶯陶卡招募會員文件資料裝訂、走訪尖山埔路上的店家 (發送資料袋、協助加入鶯陶卡特約店家、補拍照片、訪談協助撰寫店家簡介與特色)、整理鶯陶卡特約店家資料 (店家資料建檔、簡介編修、列印設立登記文件、資料表掃描、照片整理)、鶯陶卡網站內容架構規劃 (製作各分頁版型, 並補充說明網站功能)、製作特約店家分類表、討論鶯陶卡會員辦卡方式 (實體卡、虛擬卡)、參訪臺華窯、參觀「人間—原生藝術創作展」。

(7) 第七週 (08/10- 08/14) :

議題訪談 (典藏機制; 藝術駐村; 教育活動和課程規劃、設計、執行; 觀眾研究調查與分析; 展覽規劃; 鶯歌燒)、製作部落客名單、鶯陶卡招募會員文件資料裝訂、走訪尖山埔路、育英街上的店家 (發送資料袋、協助加入鶯陶卡特約店家、補拍照片、訪談協助撰寫店家簡介與特色)、整理鶯陶卡特約店家資料 (店家資料建檔、簡介編修、列印設立登記文件、資料表掃描、照片整理)、參觀暑期活動「歡樂窯滾趣」、參觀小美商店商品陳列及規劃、參觀陶藝研習室、參觀兒童體驗室、與網站設計公司討論鶯陶卡網站架構內容、撰寫開站第一封 EDM 文案、整理 30 家廠商資料上傳版本 (店家基本資料及照片)、觀摩「人間—原生藝術創作展」手語導覽介紹特展作品。

(8) 第八週 (08/17- 08/21) :

找季刊稿的照片、發滿意度調查問卷、整理鶯陶卡特約店家資料 (店家資料建檔、簡介編修、列印設立登記文件、資料表掃描、照片整理)、協助桌牌製作、協助撰寫季刊 (三鶯特展展示設計概念之提問及展覽心得)、協助接待外賓準備茶水、提供鶯陶卡網站設計修改意見、鶯陶卡網頁版型、EDM 設計及文案討論、移交業務資料並製作清冊交接。

3. 實習工作紀錄

(1) 熟悉館務、展覽與活動

參加實習生說明會, 瞭解陶博館環境、實習規範、注意事項, 並聆聽常設展導覽, 對臺灣陶瓷發展有更進一步的認識。參觀小美賣店、陶藝研習室、兒童體驗室、駐村中心、展品準備室, 多檔展覽「生命的來處—尤尉州陶塑個展」、「穿越時空的巧遇—交趾甌仔 vs. 陶瓷娃娃」、「陶最自然」、「人間—原生藝術創作展」、「土神祭聲之巫—杜爾陶藝個展」、「顫動的生命之火—涂慶賀陶藝個展」及暑期活動「歡樂窯滾趣」、手拉坯教學。



圖 2 參觀「人間—原生藝術創作展」手語導覽

(2) 參加館內教育課程

館內規劃「服務與客訴抱怨」專題課程，講授服務最佳的表情、音調，如何有效溝通、做好服務，民眾抱怨處理的禁止事項與處理程序，並透過案例分享及對話演練，提升館員服務品質。此外，陶品集聘請資深陶藝家林妙芳老師講解陶藝釉藥，介紹不同釉色的變化與特色，從宋代汝窯到明清青花，並兼論國外陶藝發展，如樂燒、志野燒，對陶藝發展脈絡有更深刻的認識，並以商店內的商品做解說，讓賣店人員在銷售商品時能知道商品特色，更具陶藝專業知識。

(3) 鶯陶卡店家資料整理

與實習生佳芳一同協助 100 家特約店家資料的蒐集與建檔、店家簡介撰寫與編修、照片挑選與編修、查詢與列印店家設立登記證明、掃描店家申請表文件、店家類別分類等事項，並製作「店家資料檢核表」逐項查核資料蒐集概況。



圖 3 裝訂店家資料表

(4) 邀約加入鶯陶卡特約店家

與佳芳花了 6 天下午，一同走訪文化路、中正一路、行政路、建國路、南雅路、國慶路、尖山埔路及育英街，邀請合適的店家加入鶯陶卡特約店家，並協助部分店家完成申請手續（填寫店家資訊、找出店家特色並透過訪談協助撰寫簡介、用印、拍照）。共計拜訪約 100 家，送出 44 份，回收 10 份，並補拍照片 26 家。



圖 4 撰寫店家特色商品

(5) 鶯陶卡網站架構及設計

與佳芳一同就陶博館文化觀光網的內容，重新規劃分類，擬定網站架構內容，給予網站建置建議，並分析多個網站功能的優缺點，製作前後臺標題表及網頁內容與版型建議。

(6) 主題訪談

與佳芳各擬定三個主題，共六個專題：「典藏機制」、「藝術駐村」、「教育活動和課程規劃、設計、執行」、「觀眾研究調查與分析」、「展覽規劃」、「鶯歌燒」訪問業務相關承辦人，增進對各業務內容企劃與執行層面的瞭解。



圖 5 專訪程文宏組長

(7) 撰寫季刊稿

協助撰寫季刊文案，針對鶯陶卡發行做推廣，並協助撰寫三鶯特展展示空間及設計概念之提問與觀展心得分享。

(8) 撰寫展覽新聞稿

新聞稿撰寫為行銷企劃組業務之一，暑假期間主要由另兩位大學實習生協助撰寫。因館內新聞連絡人曾帶我們一起去三鶯藝術村以「穿越時空的巧遇—交趾甌仔 vs. 陶瓷娃娃」特展作新聞議題的發想與照片的拍攝，並嘗試撰寫展覽新聞稿。經館員的指導，實際撰寫該展新聞稿一篇「穿越時空跨國趴 各顯神通在陶博」。

(9) 協助發滿意度調查問卷

行銷企劃組今年暑假設計了兩款滿意度調查問卷，一個是針對文化商品店—陶品

集，另一個是導覽服務。此部分主要由另兩位大學實習生協助，我實際參與 2 日各 1 小時的「文化商品店－陶品集顧客滿意度調查問卷」的發放，共計回收 15 份問卷。

(10) 協助館務

協助製作實習生與工讀生識別名牌及打卡姓名標籤；協助樂齡午餐發放；協助貴賓接待準備茶水等交辦事項。

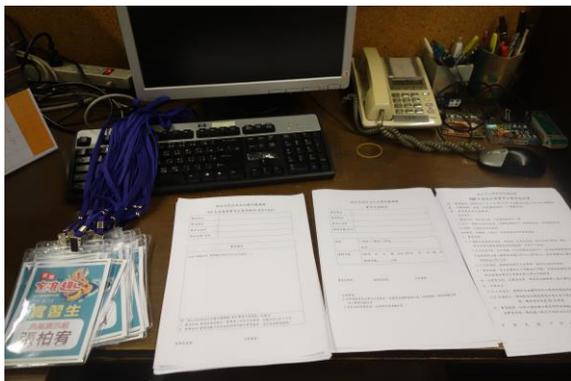


圖 6 協助實習生識別牌製作及文件裝訂

4. 實際參與之計畫－鶯陶卡專案

(1) 特約店家資料建檔：

由於多數店家電子化程度不高，需以人工的方式將紙本資料建檔，且店家簡介過於官方說法對消費者不具吸引力，因此需協助編修。此外，部分店家未提供設立登記文件，需協助查詢、列印。店家提供之照片效果不是很好，部分需重拍，建議可拍攝 3-6 張店家門面、店家展示環境、特色商品、人群互動景況。最後需檢核各家廠商資料是否齊全，並將資料表掃描上傳建檔。

(2) 招募特約店家：

實際走訪店家，發送資料袋，協助加入鶯陶卡特約店家、補拍照片，並藉由訪談協助撰寫店家簡介與發掘商品特色。此外，須考量店家門面是否乾淨衛生，值得陶博館推薦，且有無設立登記證明為合法店家，需避開髒亂、食安有疑慮之店家。走訪店家時，有時店員在忙、老闆不在或是參加意願不高，則無法順利招商；部分店家不知道自己店的特色在哪，或覺得填寫資料表有一定困難，所以需發掘店家找到特色，協助店家完成資料的填寫。拜訪邀約店家加入時，需提出誘因，鼓勵店家參與，不然多數店家持觀望及考慮的態度。

(3) 鶯陶卡網站建置企劃：

鶯陶卡前臺網站建置，版面應簡潔，以圖文塊狀為導向，使內容視覺化呈現；加強行銷活動露出與規劃，增加互動性與專題報導，呈現在地文化觀光特色。網站設計需考量使用者瀏覽習慣及需求，兼顧友善度、易用性，如進站速度快、安全性、網站相容性、網站選項直覺化、網站動線清楚，並建立完善的網站導

覽功能。在網站管理上需能方便新增或更新網頁的內容。網站配色上可依鶯陶卡品牌形象金色作主色；或依使用族群(親子)選用主色，色彩繽紛；或依產品特性(旅遊)選用主色，大地色系如綠色、咖啡。網站內容文字使用大眾的語言和會員溝通、互動，讓訊息更容易打動人心。善用照片、圖片、影片呈現內容，提升互動參與度，並藉由故事行銷，輔助引發情感與連結。此外，需考量內容豐富度，連結重要節日與時事開發新議題，引發討論，並提供專屬優惠活動。

鶯陶卡後臺網站建置，功能著重在技術架構和應用軟體，透過編寫程式，管理者可以更快速更新訊息、照片，網站前台每個區塊圖文均與後台專屬對應欄位，不需耗時排版等待，快速提升宣傳效率。鶯陶卡作為遊客與在地商家之間的溝通平台，提供最即時、生動、深入訊息。後端資料庫建構以管理模塊劃分，提供管理者，方便、簡單上手操作查、增、刪、改。以數據報表，作為行銷三鶯文化依據，發揮建構鶯陶卡最大效益。

(4) 鶯陶卡行銷策略：

鶯陶卡目標對象分為特約商家（三鶯地區商家）與一般民眾。短期目標為招募「鶯陶卡」廠商及會員、行銷「鶯陶卡」、整合鶯歌在地觀光資源；中期目標為推廣鶯歌觀光旅遊—陶博館、陶瓷老街、三鶯陶花源、增加藝文機構聯盟合作、增進「鶯陶卡」三方（陶博館、廠商、遊客）效益；長期目標為行銷「鶯歌燒」品牌、振興鶯歌陶瓷產業、打造鶯歌觀光城市、成為「國際陶都」。

行銷宣傳模式可利用媒體行銷（平面/網路媒體、廣播、電視、雜誌）、網站行銷（每月之星、好康優惠、專題報導、電子報）、行銷活動（記者會、拍照打卡、旅遊地圖集章、尋訪陶藝家、街區導覽）、行銷代言（知名大師、部落客、網路名人、吉祥物）、旅遊踩線（邀請市長、記者、老師、部落客、民眾參與）、異業合作（美食/旅遊節目、旅行社、單車、陶瓷業者）等方式增進鶯陶卡發行效益。

(5) 鶯陶卡首發 EDM：

協助鶯陶卡首發 EDM 文案撰寫及視覺設計版面建議，與指導員討論後文案內容過多、宣傳焦點不明確、標題不夠簡潔需再修改，另設計稿的主視覺需放大，多運用色塊。

5. 預期成果與實際收穫

(1) 預期成果：

此次的實習，我將與所學作結合，運用藝術管理、文化政策等方面的能力來進行陶瓷行銷策略的研究，從中瞭解陶瓷藝術行銷策略與目標、初探鶯歌陶瓷品牌建立機制、博物館商店經營管理模式，以釐清理論與實務之間的落差。透過實習，累積相關行銷實務工作與經驗，藉由學術研究、協助館務反饋博物館。

(2) 實際收穫：

本次實習，實際參與「鶯陶卡專案」企劃與執行，協助文化觀光網站更新及招募特約店家事宜。透過參與觀察、深度訪談、實務工作對行銷企劃組及博物館相關業務內容的企劃與執行有更進一步的瞭解，有助於日後論文研究及實務工作經驗的累積。藉由參觀展覽、活動，瞭解陶瓷藝術的推廣策略、培養欣賞各類陶瓷藝術美感並增進陶藝相關專業知識、思考展覽論述脈絡及展示設計、思考活動規劃與執行。較為可惜之處是礙於時間及該業務承辦人請長假，而未能對博物館商店經營管理及文創商品開發設計有更深入的認識。

6. 實習心得與建議

感謝賴瑛瑛老師及陳乙禎指導員悉心指導及耐心解答疑問。感謝新北市立鶯歌陶瓷博物館給予我實習的機會，行銷企劃組所有館員與實習生的指導與照顧，以及六位館員百忙之中抽空接受專題採訪，讓我受益良多。透過這次實習，給予我很多啟發，有助於未來論文方向及實務工作的累積。

陶博館推行文化觀光已有十年，為擴大城市行銷之效益，發行「鶯陶卡」提供國內外旅客好康優惠及旅遊資訊，並建置行銷網站整合三鶯旅遊資源，活絡彰顯在地文化價值。透過整合性的行銷宣傳策略，配合節慶推行各式行銷配套活動，發揮產業集聚效應，行銷在地商家，建立會員品牌認同、信賴感，提供遊客更多元的藝文觀光路線，進而促進文化觀光及消費。透過「鶯陶卡專案」企劃與執行，使我瞭解到專案執行前需做好內容的規劃研究，執行過程中需經過多次討論交流，達到共識，以促進專案內容的成形。內容的發想需與行銷宣傳結合，考慮有無亮點、新意，是否過於艱澀、難以親近，能否讓消費者/使用者充分感受到「鶯陶卡」所帶來的便利、優惠，進而產生會員認同感。過程中會遇到現實的困難，使原本的方案需重新修正，並放棄過於理想性的設計規劃，才能使案子順利推行。此外，網站視覺設計，即使已提供相關版型，但視覺設計上仍有改進的空間，抽象的描述，如何與設計師、美編人員溝通，完成心目中的視覺意象，是需要學習的面向。

陶博館為公立機構，需協助推動政府政策，藉由博物館任務分組共同推動陶瓷藝術發展，並與節慶活動、文化觀光、社區營造、產業發展息息相關。因此，肩負地方、國際、產業、陶瓷藝術發展，四個面向的期待與拉扯，各面向皆有著力，使得業務內容擴張，多而不精，未來如何取捨業務內容，找出館的定位及業務推動方向，值得深思。此外，陶博館為一學習型博物館，兼具休閒娛樂之功能，積極拓展觀眾對象，企劃各式有趣的藝文活動，激發大眾對陶瓷文化的興趣與關懷，如何促進臺灣陶藝蓬勃發展是不可懈怠的責任。而陶瓷藝術深耕，需從體驗學習、專業養成、國際交流三方面著手；而藝術生態的健全，則需公私協力、藝文工作者與大眾的參與。