

博物館展示手法之轉型與跨領域合作——以「故宮×蘭博特展《那些她們，都是我們》」為例」

■ 杜逢瑀

「那些她們，都是我們」特展，是由宜蘭縣政府文化局主辦、國立故宮博物院（以下簡稱故宮或本院）、宜蘭縣立蘭陽博物館（以下簡稱蘭博）協辦，即日起至6月18日止位於蘭博1樓的特展廳展出。展覽主軸為「女性」以及「原民文化」，結合了本院精選典藏之器物、珍玩、書畫，¹以及蘭博典藏之泰雅族女性衣飾、及當代女性藝術家的藝術創作。不僅是首次以故事融合了實體文物、互動科技、體驗遊戲及新媒體藝術，也藉由高傳輸5G技術的前瞻應用，更包含本院與《JINHO 宜蘭敬好生活》²品牌聯名的文創商品。在虛實整合間突破國寶文物展示空間的限制，完整且完美打造創新觀展體驗。



圖1 入口意象 作者攝

前言

博物館本是以蒐藏、研究與社會教育為重，雖然「教育」為博物館的重要任務之一，但只要稍有博物館參觀經驗者，應該或多或少都能感受到，除了科學博物館、兒童博物館，目前大多數博物館或美術館的展示方式，對於高中以下的年輕人普遍還是欠缺吸引力。在著重教育的前題下，也需重視寓教於樂之重要性，因而博物館展覽應不再局限於展示、闡揚和擴大社教功能，更應關注在社會潮流的改變下，如何才能吸引民衆走進博物館，並從中獲取、創造屬於自己的故事。而科博館、兒童博物館的展示之所以較容易親近，在於兩者的展示手法，皆有大量的互動與體驗，參觀者並不是靜靜的

旁觀者，而是與展覽有互動的參與者。近年興起的 AI (Artificial Intelligence) 科技、虛擬實境、擴增實境、沉浸體驗，互動體驗、新媒體藝術等，若善加利用，必定能大大提升觀展體驗提升觀眾服務。本次展覽更結合了本院「品牌授權」機制、以故宮過往設計競賽成果為基礎，聚合廠商，研製展覽，從展覽策劃、互動裝置、週邊商品進行全盤輸出。

「那些她們，都是我們」特展介紹

此次特展是一項結合藝術、科技、教育以及博物館商品的跨域展覽。本特展位於蘭博1樓特展廳，入口處（圖1）擷取此次展品，明仇英〈漢宮春曉〉畫內人物製作為人形立牌，清楚標出特展入口，並呼應以「女性」為主的「那些她們，都是我們」特展主題。整體參觀動線以順時鐘方向規劃，總共規劃為四個部分：

一、她和她的形象

（一）虛實之間「翠玉白菜全息互動牆」

進入展場後，首先映入眼簾的為比真人還大的「翠玉白菜」，翠玉白菜相傳是瑾妃的嫁妝，有多子多孫及諧音「百財」之吉祥寓意，搭配體感偵測器感應參觀民眾臉部（圖2），讓參觀者化身為翠玉白菜上的螽斯，最多可同時感應5位參觀者的臉部，迎接眾多賓客的到訪，為整個參觀行程暖身。

（二）她的風尚——擬真藝屏 FindART

此區展品以宋、元、明代皇后坐像及仕女圖為主，展現中國古代宮廷女性的各式姿態與生活樣貌。本院書畫藏品對於展示環境的溫度、濕度以及光線都有嚴格的要求，因而本展並非展示真跡，而是將高畫質數位檔案透過擬真藝屏從加密雲端平臺即時傳輸，以最高品質色彩還原技術，讓皇后妃嬪、貴族仕女的真跡彷彿



圖2 翠玉白菜全息互動牆 作者攝



圖3 擬真藝屏 作者攝



圖4 灰陶加彩仕女俑（文物參考品） 作者攝

就在眼前（圖3）。FindARTs 擬真藝屏整合友達光電獨家先進抗反光技術，提供藝術作品高階顯示載體，忠實重現藝術的真跡色彩和筆觸肌理，具備最嚴謹加密技術的雲端平臺，保護真跡，還原真實。且一個屏幕可輪播多幅畫作，突破了實體文物展示數量的限制。

本區除以擬真藝屏展現歷代皇后形象，另展出一件〈灰陶加彩仕女俑〉（文物參考品），這件展品，充分展現了唐代女子所追求的豐腴體態，高高而蓬鬆的髮髻亦是唐代晚期流行的髮型樣式（圖4）。而展開全長將近6米的明仇英〈漢宮春曉〉（文物參考品），以春日晨曦中的漢代宮廷為背景，描繪佳麗百態，融入琴棋書畫、鑑古、蒔花等活動，細味女性休閒文化的變遷，感

悟歷史的厚重與精妙，表現她和她的形象。

（三）她的好物——3D 立體相框

認識了古代女性的形象之後，此區規劃為古代女性相關器物精選，將本院典藏器物平面照片轉為3D影像，不需配戴任何裝置，即能感受平面影像的立體感，選用了大雅齋、三彩馬球仕女俑等文物，其中大雅齋瓷器為慈禧太后（1853-1908）御用瓷器的銘款標記。晚清時期慈禧太后長期掌政，且非常追求文化時尚，進用女畫師，形成一股柔媚婉約的裝飾風格，並自稱其畫室為「大雅齋」。除了已內建於相框內的故宮文物，參觀者也可藉由掃描QR Code上傳自己的照片，現場體驗平面照片3D化的效果與樂趣（圖5）。

二、她和她的才藝

本院此次特別精選「翠玉白菜」、「肉形石」、「黃玉鴨」、「雕橄欖核舟」以及「松花石竹節硯」等5件同時具有故宮及宜蘭意象的人氣國寶復刻文物，彰顯穿越古今的緣份與情誼。其中「翠玉白菜」與「肉形石」的組合，好似宜蘭國宴菜西魯肉；「黃玉鴨」則象徵宜蘭名產鴨賞，「雕橄欖核舟」小巧玲瓏就如龜山島具代表性，而多雨的宜蘭充滿詩意，讓人想用「松花石竹節硯」磨墨寫首詩，一展才藝。蘭博則選擇以泰雅族女性的衣著、頭飾、配件等織品文物，透過傳統編織材料與特殊圖紋，展現當地原住民文化的脈絡和編織工藝的精髓，這些都是部落婦女歷經各世代不斷傳承習藝所流傳下來之珍寶，正是她和她的才藝。

她的美饌 5G 應用——裸視 3D 互動式雲遊戲



有故宮三寶之稱的「翠玉白菜」、「肉形石」、「毛公鼎」常被暱稱為「酸菜白肉鍋」，雅俗共賞，深受歡迎。此互動遊戲即以「酸菜白肉鍋」此一暱稱為發想，以先進的裸視 3D 技

術，結合 3D 高解析立體模型高精度建模，並透過眼部追蹤及手部辨識，您無須配戴任何裝置，即可觀賞如同跳出螢幕般的立體 3D 模型成像，更可以體驗抓蟲斯、切菜、切肉的料理樂趣，自製一鍋具有個人特色的故宮料理，此技術更具有突破以往展覽之呈現模式，增添沉浸感、互動性及趣味性（圖 6）。



圖 6 裸視 3D 遊戲 劉美智攝

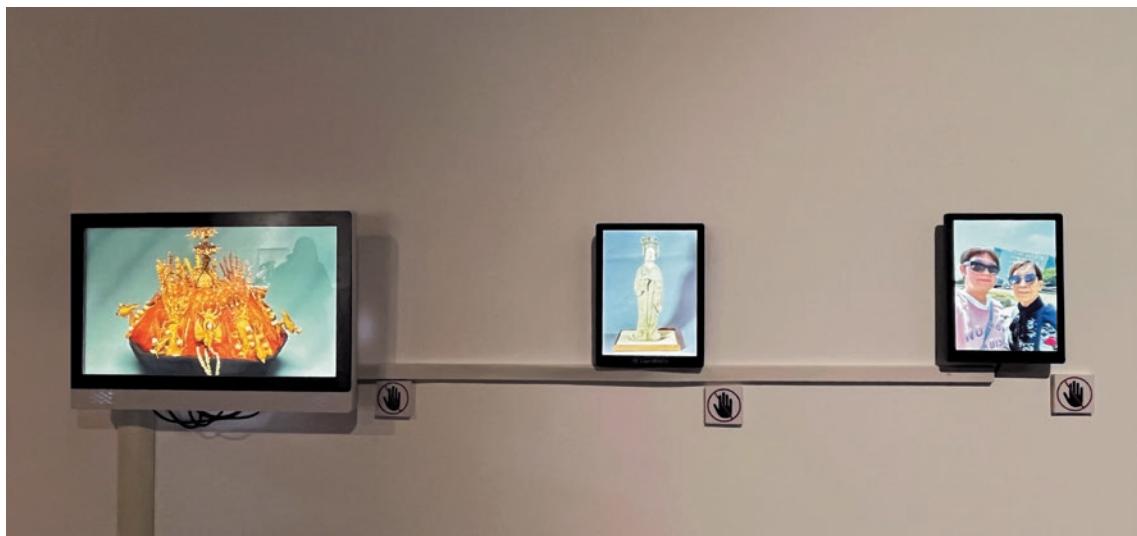


圖 5 3D 立體相框 作者攝

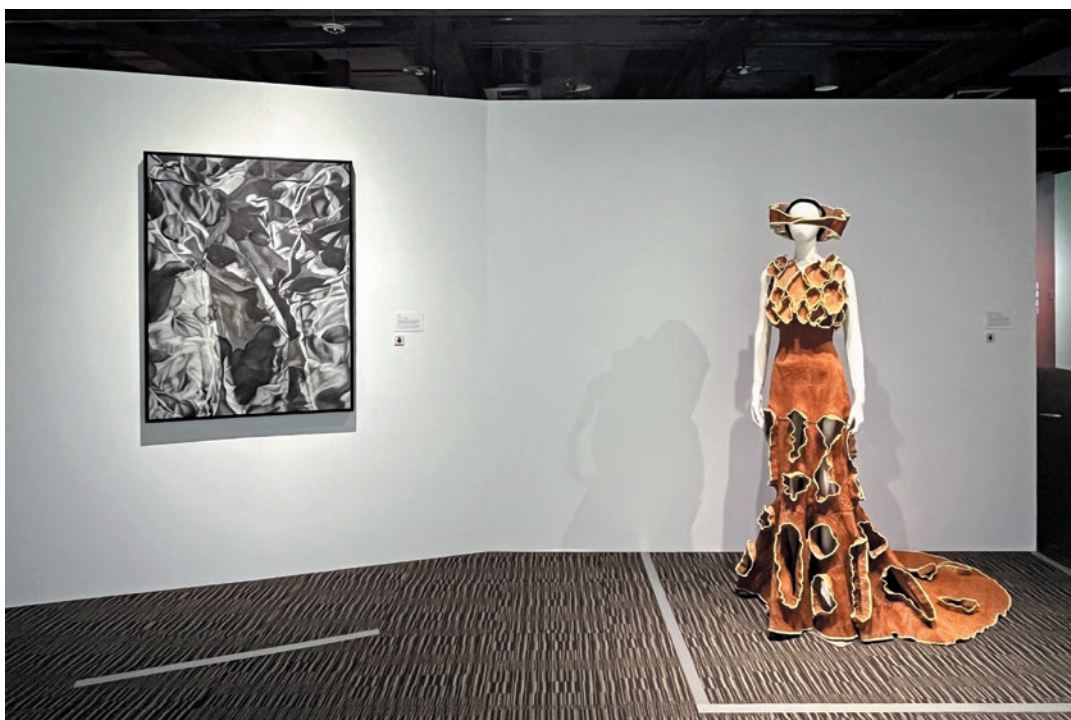


圖7 現代藝術家作品 劉美智攝



圖8 〈漢宮春曉〉LED角屏劇場 作者攝

三、那些她們，都是我們



以五位當代女性藝術家的視角為核心，藉由繪畫、織品、數位創作等多元媒材的藝術表現，深刻呈現藝術家在作品中蘊含的家鄉情感、對話交流等元素。而數位創作以線上闖關程式串連、轉譯古代文物的理解和詮釋，進一步探討當代女性在不同社會情境中的生活經歷和挑戰，這些作品將引導您，思考女性在現代社會中的角色和身份認同（圖7）。除了藝術展示外，本單元另外兩大看點為：

（一）3D 沉浸式 LED 角屏劇場



本作品使用環繞式 LED 角屏，以四面高解析度之 LED 面板組合，經由獨家演算法輸出後，將本院藏品——明仇英〈漢宮春曉〉，以3D動態影片高精度建模畫面高速熔接呈現於屏幕。您可透過裸視，置身於〈漢宮春曉〉畫作

中，以聲、光及視覺，營造出沉浸式的體驗內容實現真正的「那些她們，都是我們」（圖8）。

（二）5G 沉浸式互動投影劇場搭配通訊軟體換臉互動小遊戲



本作品為沉浸式互動投影劇場，待機畫面為「翠玉白菜」8K 高解析度影片，並結合通訊軟體換臉互動小遊戲。現場的通訊軟體，於參觀者接近此展區時，設備主動偵測，引導民眾做心理測驗。測驗內容及測驗結束後的自拍照片，透過5G高傳輸，即時將參觀民眾的心理測驗結果及民眾的照片自然地融入劇場圖片中，並引導民眾在沉浸式投影劇場中找尋自己的古畫身影，打破既有的參觀形式，增加趣味以及特有的照片可以留念，帶領民眾走進全新的參展體驗，實現真正的「那些她們，都是我們」（圖9）。



圖9 換臉互動小遊戲對照圖 作者攝



圖 10 商品陳列區 作者攝

四、她和她的故事持續精彩



本次特展另一大特色為，推出國立故宮博物院與《JINHO 宜蘭敬好生活》聯名文創商品，於展區規劃陳列區（圖 10），並於展覽時同步於本院及蘭博銷售（圖 11-1、圖 11-2）。聯名商品以故宮文物為發想，結合宜蘭好食的獨特滋味、風格小物的雅致設計，到在地茗茶的芳香悠遠，這些商品背後訴說許多女性的故事，靜待我們細細品味。總計有 14 家廠商參與品牌聯名商品開發，共計開發出 41 件聯名商品。詳細參與廠商、開發商品數量品項，請詳表一。

動態記憶——子彈時間



展區最後，以與電影駭客任務相同技術的「子彈時間」作為完美結尾。本區以此次特展主視覺為背景，由 12 支陣列相機環狀排列，透過 5G 高傳輸，即時將參觀者於現場拍攝的動態相片合成於互動科技虛擬模型中。捕捉當下的美好瞬間，在展場留下您的身影拍照與好友分享，共同敘寫我們的精彩篇章。

故宮 × 創新體驗歷年的累積成果

如何以設計創造「故宮 × 創新體驗」，讓博物館內服務鏈（Service Chain）能有更多更好的可能，為本院近年致力達成的重點之一。因應後疫情時代人們行為與消費模式改變，如何透過設計讓觀眾獲得更好的博物館體驗？以不同目標族群，在博物館場景的真實需求為基礎，



圖 11-1 蘭博商店 作者攝



圖 11-2 商品型錄 作者攝

打造更好的實體展館現場，或虛擬博物館等服務體驗設施，本院自 2021 年參與新一代產學合作藉由聯合出題之企業（台達電及春池）之專業技術，企圖形塑故宮智慧智能園區及創新餐飲體驗，期望提出創新觀展模式與消費行為體驗，激發博物館更多創新設計的可能性，亦累積了不少成果。分別為 2022 年於故宮展出的「多寶格的收、納、藏」特展——故宮 × 台達電子金獎團隊成果發表、³2022 ~ 2023 年「故宮 × 金門 2022 海洋藝術季」。⁴ 以及 2024 年的「故宮 × 蘭博特展《那些她們，都是我們》」。前

表一 「那些她們，都是我們」特展品牌授權廠商

廠商名稱	商品種類	商品件數
富雲藝術企業	茶杯、茶包組	8
黃記茶園	茶葉禮盒	3
三星四季文化工作室	杯子	3
雅薇股份有限公司	蘸醬	1
翔竣商行	茶葉茶糖禮盒	1
恆樂實業有限公司	襪子	2
原本文創	木製耳環	1
己文堂	香	1
隆元茶莊	茶葉禮盒、茶席體驗	3
星空多媒體工作室	桌遊	1
未來氏工作坊有限公司	絲巾	1
和曜生技股份有限公司	洗髮精、洗面乳	3
艾達皂房	肥皂禮盒	12
台灣碗盤博物館	碗	1

作者製表

文所提及的全息互動艙、擬真藝屏、3D 立體相框、裸視 3D 互動遊戲、LED 角屏劇場、沈浸式互動投影劇場等，都是本院品牌授權商品。從 3 次的展覽經驗，本院開發了多樣的跨域商品並發展出一套完整商品化的展覽套組。

一、LINE 官方帳號的演進

LINE 官方帳號，從最初的自動推播導聆以及玩小遊戲的功能，經過 3 次展覽的功能優化，除了原有的自動推播導聆以及玩小遊戲的功能，更多加了票務整合系統。

二、故宮 APP 的演進

隨著展覽數的增加，故宮 APP 頁面從原先只有「新一代設計產學合作金獎發表」、增加至包含「金門總兵署金有藝思」、「那些她們，都是我們」等特展頁面。往後隨著合作的展覽數增加，故宮 APP 也會陸續增修，使用者不用每次有新的展覽就下載一個新的 APP，只要是與本院合作的展覽，都可以統整於一個 APP 中，增加使用的便利性（圖 12 ~ 14）。

三、從個別商品到整場展覽輸出

回顧以往，因為國寶的展出對展場整體的軟硬體設施以及維安規格的要求都屬於高規格，合作方只能從本院既有的素材中，挑選合適的「展品」展出，以比較類似「借展」概念的方式合作。所以本院與其他縣市政府或公部門（下簡稱合作方）的合作方式多為，合作方提供場地、經費，將本院既有的複製品或數位展覽內容「移地」展示。2022 年「新一代設計產學合作金獎發表」時於本院 105、107 展間共發表了：智慧互動呼吸燈牆、全息投影、無限鏡、裸視 3D 抓抓樂、沈浸劇場等互動硬體，以及故宮 APP 故宮 LINE 官方帳號兩個應用程式。之後金門海洋藝術季在新一代產學的成果上放大至整個金城



圖 12 故宮 APP 2022 年頁面 作者手機截圖



圖 13 故宮 APP 2023 年金門海洋藝術季頁面 作者手機截圖



圖 14 故宮 APP 2024 年故宮蘭博特展頁面 作者手機截圖

表二 歷年數位物件展出（數位商品）項目

作者製表

	新一代產學	金門海洋藝術季	那些她們都是我們
項目名稱	智慧互動呼吸燈牆	智慧互動呼吸燈牆（含雙語導覽推播功能）	翠玉白菜全息互動館
	雙語導覽自主導聆系統 APP	雙語導覽自主導聆系統 APP（嫁接在故宮 NPM APP——海洋藝術季）	雙語導覽自主導聆系統 APP（嫁接在故宮 NPM APP——那些她們，都是我們）
	- 裸眼 3D 螢幕（含體感設置） - 遊戲內容為多寶格抓抓樂	- 裸眼 3D 螢幕（含體感設置） - 遊戲內容為多寶格抓抓樂	- 裸視 3D 互動式雲遊戲 - 遊戲內容為切翠玉白菜與肉形石
	沉浸式劇場數位應用系統	沉浸式劇場數位應用系統	沉浸式互動投影劇場搭配通訊軟體換臉互動小遊戲
	無限鏡		3D 沉浸式 LED 角屏劇場
	全息投影		擬真藝屏
			3D 立體相框
			子彈時間

鎮，於鎮內六件地景藝術作品及總兵署微型展間內布建數位互動網路，作為資訊及定位整合的節點。觀眾透過手機藍牙功能，即可將展覽資訊及作品虛實串連，創造全新觀展體驗。至今年的「那些她們，都是我們」特展，結合了 5G 高傳輸以及增添了擬真藝屏等新的項目，本院的數位商品，已經發展至可以整體規劃輸出展覽的規模。各階段數位商品請詳表二。

結語

近年來新媒體展示蔚為風行，國內外博物館皆不斷的推陳出新，以數位科技為展示手法，作為展覽的輔助。透過互動體驗，讓文物以不同以往的姿態拉近與觀眾的距離。更有許多展覽，完全以數位科技打造。然而，對於像故宮這種有豐富藏品的博物館，任何先進的數位科技，都應是為輔助現有展示不足、打破時空

限制，以有趣、多元、互動、觀眾參與的手法，引起民眾對展覽及文物的興趣，進而引進特展周邊商品陳列銷售，讓參觀者在更全面欣賞與理解文物本身的細節與魅力的同時，得到更全面的觀展體驗。互動展示的概念及應用，無法由任一個獨立個體獨自完成，它必須建立在跨科技、電子、人文等不同領域的團隊合作基礎上，才能真正拉近觀眾與展覽物件的距離。本院此次與蘭博合作的特展，便成功發展出一套從展覽到商品完整的商品化展覽套組，在博物館中很罕見，在商業博物館結合上有其示範性。

特此致謝宜蘭縣政府文化局、友達光電股份有限公司、安誼金融、宏碁股份有限公司、光陣三維科技股份有限公司、台灣女性藝術協會、蔚龍藝術有限公司、台達電子、創鉦國際科技股份有限公司共同完成「故宮×蘭博特展《那些她們，都是我們》特展」。

作者任職於本院行銷業務處

註釋：

1. 受限於本院藏品對於展出環境有極嚴格的要求，此次展覽文物皆為文物參考品（複製品）。
2. 宜蘭敬好相關資料，請參考《宜蘭縣政府》https://www.e-land.gov.tw/News_Content.aspx?n=770C4B84956BD13B&sms=56708437A1C48D11&s=80B36F946B0D6477（檢索日期：2024 年 3 月 26 日）。
3. 相關資料請參考杜逢瑀，〈國立故宮博物院國寶設計競賽轉型——以新一代設計產學合作「故宮×創新體驗」為例〉，《故宮文物月刊》，470 期（2022.5），頁 60-75。
4. 相關資料請參考杜逢瑀，〈博物館商品樣態之轉型與跨領域合作——以「故宮×金門 2022 海洋藝術季」為例〉，《故宮文物月刊》，480 期（2023.3），頁 110-125。