

前言



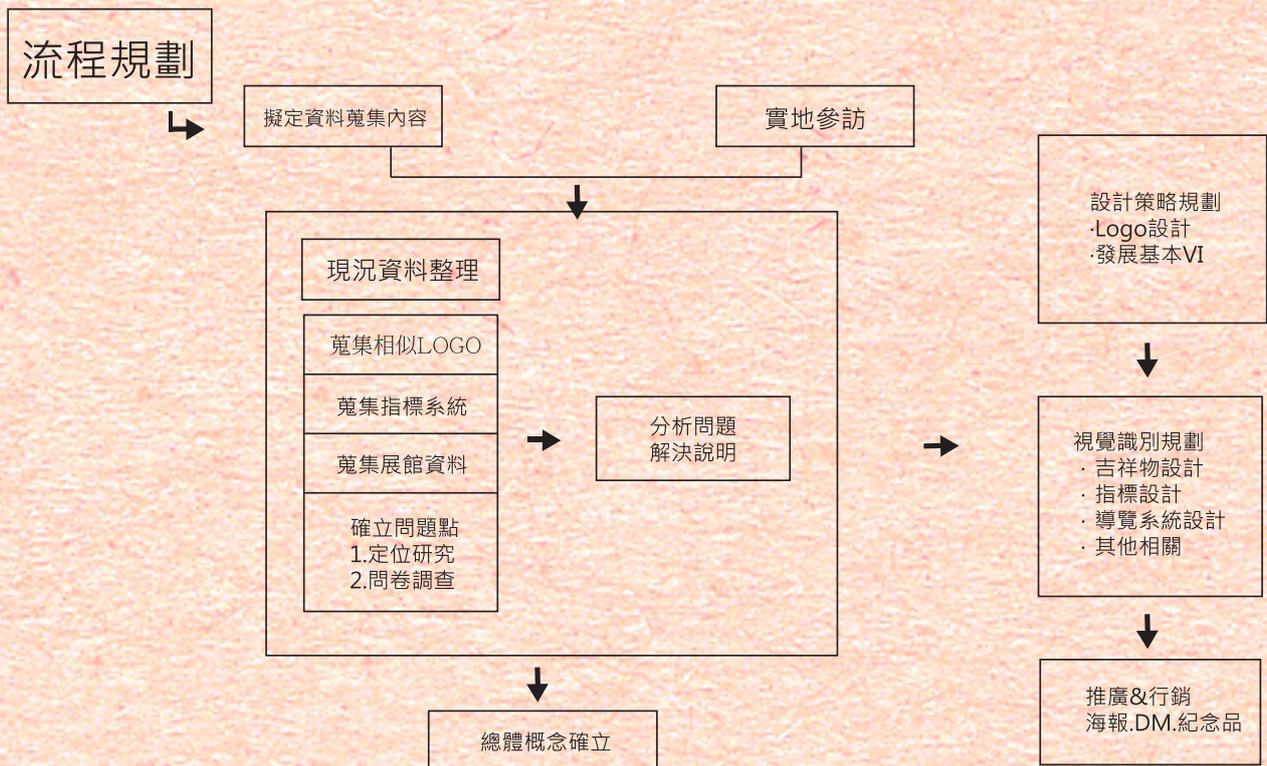
設計動機

泰山娃娃產業文化館同鶯歌陶瓷博物館皆是富有歷史價值、並在背後有著一段段故事的文化產物，沒道理鶯歌陶瓷能蓬勃發展，而泰山娃娃卻淪為鮮少人涉足的蚊子館。

如能善加規劃，必定能煥然一新，不僅帶動土地週邊觀光，也能增加本地民眾向心力，增加地區觀光營收，共同營造美好社區生活。

設計目的

讓娃娃博物館成為當地的特色產業文化發揚光大，推廣泰山獨特的文化歷史，讓更多人更進一步的認識曾經的美寧工廠以及世界各地的娃娃文化，透過這次的企劃，讓昔日的蚊子館能夠重現光明，將特色娃娃產業充分展現，帶動泰山地區文創產業的蓬勃發展。



實態調查與分析



現況調查

名稱	美寧工坊	泰山鄉娃娃產業文化館
展館外觀		
LOGO		無
交通位置	新北市泰山區辭修路 10-7 號 (泰山高中校門口正對面)	新北市泰山區楓江路 26 巷 26 號 4 樓 (泰山區地方文化生活館)
導覽圖	無	
周邊商品	1. 文具系列 2. 娃娃 DIY 3. 客製化商品 (馬克杯、T-shirt 等)	無

實態調查與分析



名稱	美寧工坊	泰山鄉娃娃產業文化館
介紹	<p>一、籌組緣由： 為推動娃娃文化產業振興工作，帶動地方觀光產業發展，提升社區民眾參與公共事務及公益事業的能力展現。社區合作社社員由泰山各社區居民、地方商家及在地企業組成，其能帶動當地異業合作，成立娃娃產業研發、製作生產班，建立行銷販售機制，再造娃娃商圈，開創「泰山娃娃」的第一品牌。</p> <p>二、定位： 以社區總體營造的理念，合作互助的精神，發展社區生產，改善社員生活，發揚社區社會、經濟、文化。</p> <p>三、核心價值： 共同參與學習自立、溫馨關懷社會公益、創新文化產業活力。</p> <p>四、核心業務：娃娃文化產業。</p> <p>五、經營宗旨： (一)造藝：孕育娃娃鄉在地文化傳承人才，培力娃娃工藝師及文化創意產業行銷人力，輔導專業謀生技能證照取得，推廣娃娃鄉在地工藝美學，建構工藝師原鄉在泰山之目標。 (二)造人：帶動社區民眾與公共事務與公益事業的能力展現，達到我為人人，人人為我「共好」信念，幫助地方產業發展，營造產學合作商務機能，提升就業機會。</p>	<p>2004年成立泰山娃娃產業文化館，呈現美寧工廠的歷史與泰山產業的變遷，並展示芭比娃娃及相關文物，另有歐、美、日、俄羅斯等各國的代表性典藏娃娃，每款娃衣設計兼具了傳統服飾特色及創新流行元素。 另有與地方單位合作之娃娃手工服裝製作等課程規劃，推廣流傳娃娃相關產業文化。</p>

實態調查與分析



名稱	美寧工坊	泰山鄉娃娃產業文化館
介紹	<p>(三) 造景：充分利用娃娃鄉現有發展基石，連結周圍自然環境資源，發掘在地文物景觀，培育在地導覽人才，發展娃娃鄉獨特性的文化創意資源，吸引各國觀光人潮，提升地方發展，開創商機。</p> <p>(四) 造產：以創新文化創意產業整合社區產銷機制，利用在地資源，整合商家娃娃相關文創品開發，形成娃娃商圈，打造地方觀光特色，創造多元行銷面向，發展娃娃鄉觀光商圈推廣之目的，創造在地就業與商機。</p> <p>(五) 造財：透過「產銷整合」以創造利潤，營造地方特色，培植當地文化導覽人才，創造觀光遊憩資源，達成社區經濟產業永續經營目標，邁向「社會企業推動文化創意產業」之典範。 2004 年成立泰山娃娃產業文化館，呈現美寧工廠的歷史與泰山產業的變遷，並展示芭比娃娃及相關文物，另有歐、美、日、俄羅斯等各國的代表性典藏娃娃，每款娃衣設計兼具了傳統服飾特色及創新流行元素。</p>	

實態調查與分析



相關行業分析

名稱	巴黎娃娃博物館 (Musee de la Poupée)	橫濱人形之家 (橫濱人形の家)
LOGO		
理念	存放了從 1800 年到現今的娃娃，讓人能認識各個年代的文化及風格，也更能融入歷史中，這個博物館重新賦予娃娃新的使命。	橫濱人形之家，其實即是來自世界各地的娃娃博物館，日文的「人形」，正是娃娃之意，館內三層，共收藏了超過一百三十個國家的娃娃，不叫它們「洋娃娃」，因為這裏不只有來自英國、法國、意大利的洋娃娃，也有來自印度、中國和日本地道等亞洲娃娃。
經營現況	500 多個法國娃娃組成的玩偶世界，從 1800 年到現在的娃娃按照材質和年代陳列。這裏有如何製作玩偶的講座、有專門為娃娃做衣服的裁縫，還有特別的玩偶醫院。小孩子可以來這裏過生日，和同學朋友以及玩偶們開 party，大人也可以從法國博物館租借娃娃帶回酒店玩個夠。	展示室設在二樓及三樓，二樓的展示了不同國家的娃娃，三樓的就放置了精挑細選，極具藝術價值的娃娃，手工特別精緻，館內三樓的另一邊是流通展館，作同的娃娃展覽。此外，博物館當然不少得介紹「人形」的歷史，四樓更有「人形劇場」。數百日圓，就讓你買回點點滴滴的童年回憶，可惜，館內不可拍照，要把懷緬帶回家，就要到一樓的 Doll and Toy 紀念品店選購心儀的洋娃娃。



名稱	台灣玩具博物館	布拉格娃娃博物館 (TOY MUSEUM HRACEK)
LOGO		
理念	<p>來到玩具博物館，總會有很多大朋友小朋友好奇的問著，玩具的起源究竟是甚麼時候呢？其實，有人類就有玩具，玩具就是每個人心底那顆與生俱來的純樸赤子之心。</p> <p>只是隨著時代的演進，而日漸有更多更豐富的素材，在不同世代的孩子手中，成為陪伴他們同年成果茁壯的珍貴回憶，台灣玩具博物館悉心的將這些逐漸消失在生活日常裡的玩具保存了下來，不只讓你重溫往日兒時的美好，更有引領你進入台灣歷史的時光迴廊，隨著腳步，貼近台灣玩具演近四大時期，一步一步更深刻的了解這塊美麗土地上，屬於台灣純粹而真摯的玩具故事。</p>	<p>收及世界各地擁有特殊歷史、文化特色或價值極高的玩具和娃娃，打照一座不僅僅是緬懷童年時光回憶，更是全世界最華麗的貴族玩具博物館。</p>
經營現況	<p>這裡是跟一般你所想像的博物館不一樣的地方!!</p> <p>還記得小時候癡迷的各個遊戲英雄嗎？還是童年裡點亮我們記憶的古早童玩嗎？</p> <p>這裡幫你收藏著這些珍貴的記憶片段，這邊每一個角落所收藏的，除了珍貴且充滿趣味的古早味童玩，還有各式各樣玲瓏滿目的玩具及遊戲以及大朋友小朋友最真實純粹的歡笑聲，豐富令人驚艷的館藏!!</p>	<p>坐落於捷克布拉格黃金小巷的終點，號稱世界第二大的玩具博物館 (Toy muzeum hracek) 是由 16 世紀時最具威望的貴族的宅邸改建，擁有一共兩層樓七個展覽室。館內收藏了 1000 多個芭比娃娃，數千件來自不同時代、不同國家的兒童玩具，其中為數不少的玩具是捷克導演、漫畫家 Ivan Steiger 的私人收藏。</p>

實態調查與分析



LOGO 調查

名稱	LOGO	視覺分析
巴黎娃娃博物館 (Musée de la Poupée)		<p>造型分析： 以一個小孩拿著雨傘做意象，彷彿就像人偶拿著配件般，文字部分有粗細變化，較不會單調，後面的背景就像是鎖孔，有種一窺能窺見全世界的感覺。</p> <p>色彩分析： 使用黑白直接性的圖像，會讓人有種記憶深遠的印象。</p>
橫濱人形之家 (橫濱人形の家)		<p>造型分析： 城堡跟娃娃結合成的造型，能呈現這理是娃娃的住所，娃娃手的動作就好像邀請大家齊聚一堂一起參觀。</p> <p>色彩分析：搶眼的紅色底能在短時間抓住大家的目光，用白色的字能讓整個畫面都醒目起來。</p>
台灣玩具博物館		<p>造型分析： 加入了一些活潑的元素，字體的部分有一點金屬凸版的感覺，但色多樣有層次感，帶有些微復古的味道。</p> <p>色彩分析： 顏色與三鷹吉普力博物館有異曲同工之妙，整體色調偏暗，與其說是玩具博物館、更像鬼屋一類主題的藝文館廠。</p>
布拉格娃娃博物館 (TOY MUSEUM HRACEK)		<p>造型分析： 字體造型可愛活潑，中間的 MUSEUM，使用金屬質感讓整個 LOGO 不致零亂，更顯俏皮感。</p> <p>色彩分析： 顏色多樣，明彩度調和活潑有朝氣，中間的金屬色帶有雋永感。</p>

LOGO 分析總結

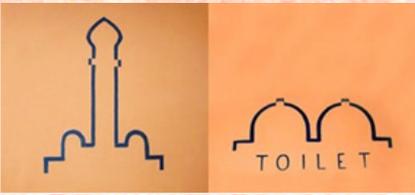
總結以上蒐集的資料後，歸納出博物館 LOGO 好的視覺設計的大致方向如下：

1. 玩具、娃娃等給人活潑可愛的印象，因此決定以較為具象的娃娃形象結合明亮的色調為設計方向。
2. 為體現出博物館的歷史性及時間感，把質感融合入 LOGO 會更容易表現。

實態調查與分析



廁所指標系統調查

名稱	指示標誌	優缺點分析
土耳其創意廁所指標		<p>優點：不同以往直立姿態，以男女有別的如廁動做為區分，吸引人行注目。</p> <p>缺點：缺少顏色區分，人物第二性徵不夠明顯，底下的 TUVALET 為土耳其文，使外地觀光客不易辨別，缺乏國際通用性。</p> <p>與其說是廁所，更像驗尿驗大便</p>
印度廁所指標		<p>優點：利用在地特色建築曲線，象徵男性與女性的第二性徵，具幽默感也同時象徵所處地域，為觀光客所喜愛。</p> <p>缺點：缺乏幼童及兒童認知的部分，過細的線條不利於位於遠方的使用者。</p>
創意廁所指標		<p>優點：沿用以往常見的站姿剪影並增加了劇情性，不僅容易理解也使指標更加的貼切，令人會心一笑。</p> <p>缺點：缺乏色彩做為區分，男女位置擁擠，令人產生廁所只有一間男女共用，大家都必須等待的錯覺，在外如廁舒適感大程度降低。</p>
創意廁所指標		<p>優點：指標尺寸及顏色都具有高識別性，不易搞混。</p> <p>缺點：尿液形象過於寫實，不慎雅觀。</p>

實態調查與分析



指標系統調查

名稱	指標系統	造型特色分析
日本設計大師原研哉 —醫院導示系統設計		優點：與指標所在地強烈呼應，紅十字是一種專供醫護使用的國際識別標誌，看見指標就知道自己所在為何。 缺點：文字方向無法統一，若遇到人多的狀況，地板標誌容易被行人或人牆阻擋，造成閱讀困難。
金門風獅爺路標		優點：使用在地特產做為辨識，十足帶有地方產業文化特色氣味。 缺點：半吊子設計，指示牌本身雖然容易閱讀，但與裝飾格格不入。
國外某大學指標		優點：利用地球經緯線的造型產生一種全球宏觀視野的意向，強調學校重視國際觀，培育英才不分國界的理想。 缺點：指標箭頭不夠明確，更類似於意象裝飾藝術。
樂高指標		優點：直接使用產品拼湊成指標，不僅易懂，也凸顯了樂高的創作自由度。 缺點：容易損毀，需要特別加固，特殊造型需要有特別的位置做放置以達到指標效果，否則容易讓人以為是純粹的玩具。

實態調查與分析



指標系統分析總結

廁所指標分析總結：

廁所指標設計標準為容易區分性別、以符號代替語言等，若能融合當地文化及與其他指標系統在視覺上統一為更佳。

因此我們希望直接使用娃娃的素體以詼諧的方式直接做為廁所指標，不但能增添樂趣更能將娃娃運用於博物館各個角落。

指標系統：

指標系統一般設計目的為引導方向及清楚標示名稱，讓遊客或參訪者能知道相對地理位置。與廁所指標系統相同，若能結合當地特色並做視覺上的統一

更能讓參展者留下深刻印象。

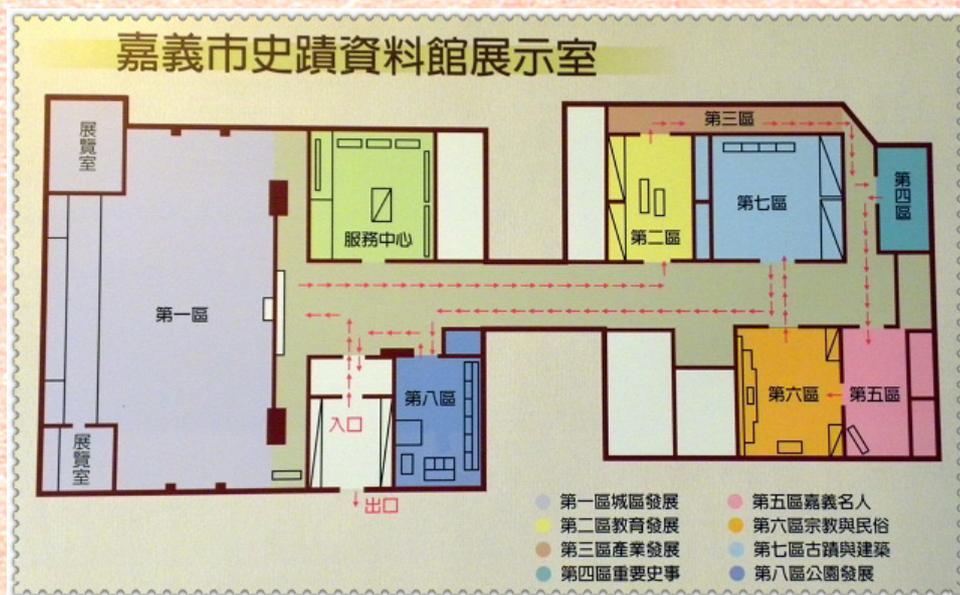
針對指標系統的設計，同樣希望結合娃娃的造型做為指向指標，並搭配動作讓指標系統更有親和力，並且以剪影方式融入展館環境而不分散展館娃娃焦點，做出生動具吸引力的指標系統。

實態調查與分析



展館動線平面圖調查

· 嘉義市史蹟資料館展示室



優點：

每一區劃份分明，能清楚規那展覽物品。參展動線有一定順序能讓參展人明確逛完所有地方。

缺點：

動線有重疊區域，例如：出入口及二、三、七區，有些走道空間無法充分利用，空間過份分割可能造成館內空間浪費，並且人潮流量過多時會顯得壅擠不好疏通。

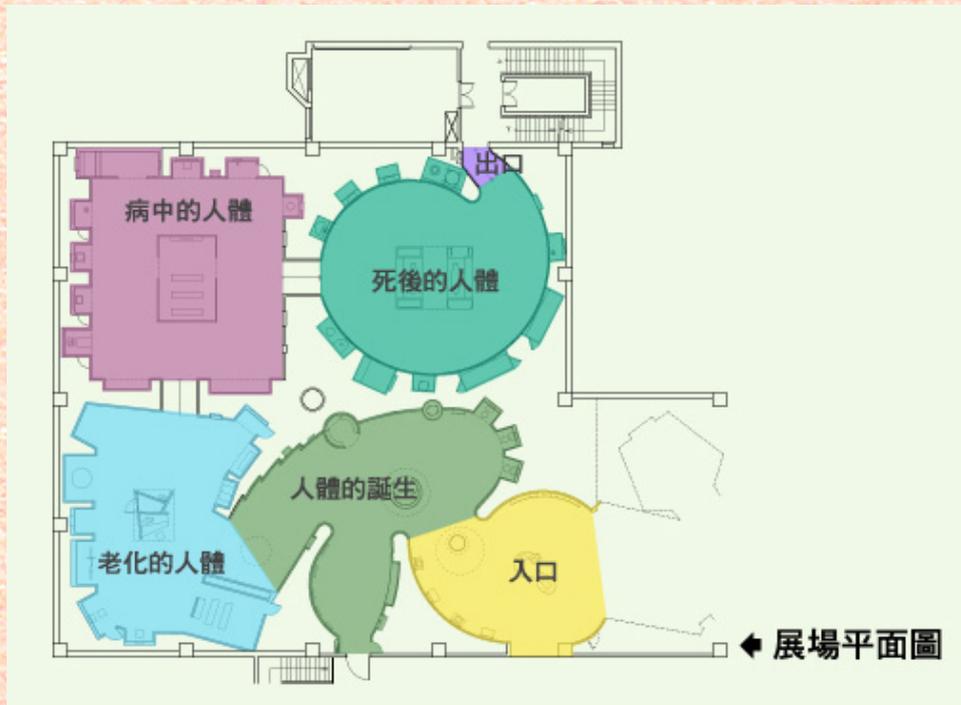
改進方向：

若能將出入口放至不同方向並打通隔間，使用小型展覽櫃或是透明展覽櫃劃分展區能顯的空間更遼闊明亮，也能讓動線更靈活。

實態調查與分析



· 國立自然科學博物館→生命科學廳「我們的身體—生老病」



優點：

展區隔間活潑具彈性，能夠同時多方向流覽。單一展區也較為寬闊，容納客量多。動線也相當明瞭。

缺點：

比較無法掌握參觀方向，展區空間規劃也有些浪費。

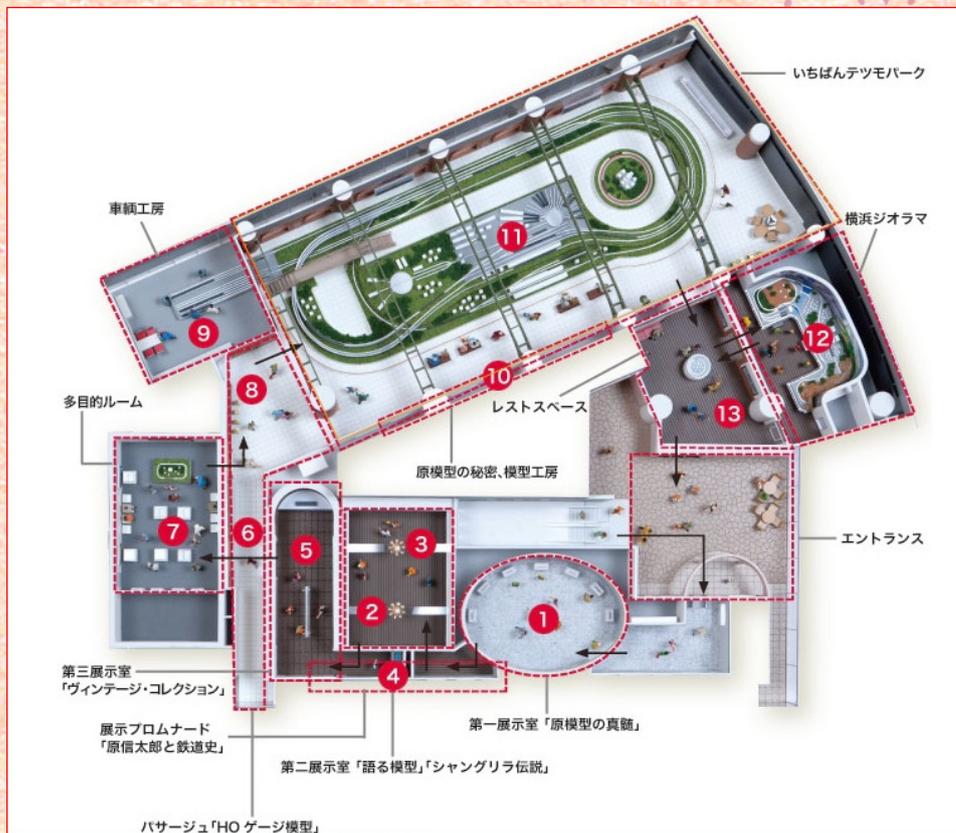
改進方向：

針對參展方向可搭配指標規劃清楚標示展覽方向。

展區空間若減少浪費就無法做出如此靈活的規劃，只能捨其一。

實態調查與分析

· 原鐵道模型博物館



優點：

出入口的分配清楚，動線規劃明確。展區大小變化，製造出從小區域進入大展区時眼睛為之一亮的效果。

缺點：

前面展區空間稍嫌瑣碎，第十一展區擺設有些不易參觀。

改進方向：

將前面較小展區與走道合併，能讓展區更寬闊好走動。

第十一展區的大型展示物，若能規劃為能進入並互動的空間則更佳。

實態調查與分析



展館動線平面圖分析總結

展館動線：

人潮流量及展館實際可使用空間是動線規劃的主要依據。

較大的展館能在空間規畫上富有更高的彈性，也能讓館內動線更靈活並增加展覽的樂趣及印象，但同時也容易讓參觀者感到眼花撩亂。

因此大展館通常會有重點式擺放的設計，將展館內容物有層次的呈現，讓參觀者能更有方向的吸收。

小的展館則能將展覽內容更密集的呈現，參觀者也能更專注的吸收，但易造成動線規劃無法做太多變化而顯得呆版，空間若無良好規畫則影響人潮疏通。

綜觀上述分析後。因娃娃博物館本身空間有限，應將原有動線簡化並把空做有限度的最大使用才能帶給參觀者良好的感受，因此我們將考慮展館動線以 S 行劃分並將出入口分開放置，並且娃娃館內有大量透明展櫃放置娃娃，可將其使用在分隔展區做為隔間用，美觀且讓空間顯得更遼闊。

總體概念確立



●展區動線規劃

原本的展區規劃，在動線上沒有做特別標示，若是沒有服務員的帶領提醒，幾乎不能分辨緊鄰的入口以及出口。而在內部動線上面，曲折陰暗的長廊以及讓人一度往返不知從何看起的主要展區皆令人不知該如何是好。

因應展區面積不大，又考慮到參觀的順暢度，我們提出了 S 形展區動線規劃的改良方案，希望使整個展場面積達到最有效的利用，也避免民眾分不清出入口的窘況，使參觀動線更為順暢，並在末端加上紀念品販售處以及 DIY 活動，藉此增加參與感、帶走回憶的同時也順道帶動泰山文化產業的蓬勃發展。

●視覺形象概念統一規畫

舊有的場館並無此規劃，必要者皆以市售的標示牌或 WORD 列印。參展者無法對展館內展示之物品擁有與當地文化相關的印象及認同感。

在視覺形象的部分必定重新規劃，具體視覺形象大量使用高明度粉嫩色彩，營造充滿夢幻、夢想的感覺，再結合人偶意象，用肢體的各種動作來凸顯趣味性。創造廠館視覺一致性，整齊美觀。

●規劃紀念品販售

原本的展館並無紀念的形象商品等販賣部門。

紀念品裝載回憶，普通的鑰匙圈、吊飾為贈禮首選，不占空間卻有紀念價值。其他還有文具、馬克杯、撲克牌 等，讓參觀者自由選購。食物的部分將娃娃蛋糕及娃娃圖案煎餅加入下一次的研討。

●借由與其他品牌合作行銷創造知名度

做為廣告宣傳手法，與其他知名品牌製作特色限定聯名商品，打開知名度的同時，配上聳動的 SLOGAN 吸引全球各地民眾關鍵字搜索，提高來客數，帶動地方文化產業發展。