



博物館出版之知識典藏與數位時代傳播 策略：國立故宮博物院個案研析

吳怡青* 邱炯友**

【摘要】

博物館是典藏文物並傳播知識的機構，其出版品一向是傳播知識的重要管道之一。國立故宮博物院出版歷史悠久，但隨著資訊科技發達、閱讀形式改變、政府推動開放政策等因素，對其出版品內容與出版樣態、形式等產生了漸進且巨大的影響，其中又以參與政府推動的數位典藏國家型科技計畫，成為改變整體出版的關鍵。本文透過故宮出版的知識典藏背景，分析今日故宮出版在編輯、印刷、銷售的三大結構，並藉上述背景探討故宮近年在資訊科技影響下所遇到的困境，及如何應用自行出版品的精品化、限量化與獨特化，以及非自行出版品的授權及委外行銷數位出版等方法因應時代困境，據以歸納出其出版策略與積極調整出版方向之實踐，期能分享予博物館、圖書館與檔案館相關領域作為出版發展之借鑑。

關鍵詞

出版產業 政府出版 博物館出版 印刷工藝 數位化

* 國立政治大學圖書資訊與檔案學研究所博士生；國立故宮博物院文創行銷處助理研究員

通訊作者 E-mail: foxx1216@npm.gov.tw

** 國立政治大學圖書資訊與檔案學研究所教授

ORCID 0000-0002-5320-7107

E-mail: joyo@nccu.edu.tw

博物館出版是博物館典藏、研究、展示及教育四大功能的延伸，使博物館知識典藏得以藉出版品的傳播無遠弗屆。國立故宮博物院（以下簡稱故宮）是我國規模最大的公立博物館，受行政院管轄，因此出版品屬於政府出版的一環。其每年出版品銷售冊數與總額（文化部，2018），不僅是博物館出版品之首，更高居全國政府出版品之冠，故對國內的相關出版產業具有一定的影響力，也是我國藝文類出版品發展的指標之一，因此本文以故宮出版作為個案研究，觀察博物館出版的知識典藏方法與數位時代傳播策略。

故宮與國內其他博物館出版較大的差異，在於故宮具有獨立的出版組織，由具出版專業的人員負責出版的規劃與協調作業，並配合院內各類出版需求。這類由博物館內的人員扮演出版人；博物館扮演出版社的角色，使故宮出版品具有一定的權威性，因為院內各領域研究學者及具企劃能力與媒體出版專業知能的出版人員，均各自具有學術研究與論述發表的能力，他們使故宮出版品有其代表性和影響力，另一方面，透過故宮自行出版並長期經營的藝文市場與銷售通路，也幫助故宮達到在國內外傳播藝術文化，推廣教育的訴求。

故宮出版品大致可分為四類：(1)與展覽相關的出版品，包含全部展品介紹的「圖錄」及部分展品介紹的「導覽手冊」，或與展覽相關的書籍。(2)定期刊物，如《故宮文物月刊》、《故宮學術季刊》、*National Palace Museum Bulletin* 等。(3)因活動衍生的出版品。(4)主題規劃或專案成果的出版品。另有創意出版品，如立體卡、年曆、紅包袋等，本文有於篇幅，不討論創意出版品。雖然故宮出版品種類繁多，但近年仍受到數位科技進步、政府開放資料、展間免費開放攝影、閱讀人口減少等社會環境變化與政策衝擊，造成出版品銷售數量銳減，傳播方式面臨改變之困境。本文試剖析故宮的內部出版作業，並從故宮現行各種出版方針，以及非自行出版授權與委外行銷的數位出版方式，研析近年的出版傳播策略。

壹、故宮出版源流

一、故宮肇建之首度輝煌期

故宮博物院肇建於 1925 年 10 月 10 日，當年院址位在今日中國北京，

為清宮改建，建院隔年 6 月，就開始積極出版圖書，如 6 月首先出版《故宮已佚書籍書畫目錄》，記錄因賞賜出借而外流之珍品，9 月出版《金薤留珍》古銅印譜 24 部，可見對出版之重視。其實自建院後，1933 年故宮文物即開始歷經南遷、西遷，及至 1949 年分批隨政府遷臺，故宮文物才全數安頓於臺中北溝，這段期間時局動亂紛擾未曾停歇，但故宮出版品卻仍在動盪中持續發展，無論出版內容、數量、質量，都持續影響社會藝文發展，甚至有學者稱之為「故宮博物院出版事業的首度輝煌」（朱賽虹，2011）。

肇建早期的專書出版分為傳拓與刊印兩種，傳拓指銅器銘文與器形之傳拓與銅璽印鈐拓，編纂譜錄類書籍，如《故宮清錢譜》等。刊印則是指印製善本目錄、古籍重印或排印、檔案類整理與研究、院史資料、展覽目錄及其他出版品，或是攝錄書畫器物等文物的出版，其中又以文物圖像及古籍重印的出版為大宗，如《歷代帝后像》、《宛委別藏四十種》等。故宮成立後出版事業蓬勃發展，甚至在 1931 年 3 月成立印刷所，設立珂羅版、凹版、銅版、石版、鉛印、彩印與照相等部。銷售管道則是在北京、上海、天津和四川成立代售與分銷處。（國立故宮博物院編輯委員會，2000）

期刊出版部分，因為早年資訊傳播不易，定期刊物是故宮對民眾及國際發聲的最佳管道，無論在院方建設、研究成果或文物典藏，都藉期刊持續的發揚國內外。1928 年 1 月出版《掌故叢編》月刊，1929 年 9 月、10 月分別發行定期刊物的《故宮》月刊及《故宮週刊》，1930 年 6 月出版《史料旬刊》，10 月出版《故宮書畫集》，1936 年出版學術研究期刊《國立北平故宮博物院年刊》，同年，《故宮週刊》改為《故宮旬刊》，直至 1937 年時局動盪而停擺（吳怡青，2017）。定期刊物的發行，需要持之以恆且有長期規劃的出版策略，從故宮長期在期刊出版的經營，可以瞭解故宮對期刊出版的重視。

1949 年政府遷臺後至 1965 年間，時局漸趨穩定，此時博物院開始完整的規劃精選出版品，製作耗時費力的典藏叢書。如 1959 年出版的珂羅版《故宮名畫三百種》兩函六冊，是故宮臺中時期印刷與選件均精美嚴謹的大書。1961 年《故宮藏瓷》圖錄 29 巨冊及 1962 年出版《故宮法書》集刊，至今都影響深遠，在此基礎上未來又增訂或修編了新出版品。（國立故宮博物院編輯委員會，2000）

二、播遷復院之奠基期

故宮 1965 年於臺北外雙溪復院，作為宣揚於國際、帶動國內藝文發展的出版品發行刻不容緩。專書部分，復院出版的第一本書《中國文物圖說》，作為國內外人士閱覽、學校讀物及研究參考用，其後重要的出版品包含 1967 年整理文獻資料的《國立故宮博物院善本書目》、《國立故宮博物院普通舊籍書目》，1969 年的《舊滿洲檔》以及 1968 年以中、英文評鑒四百餘幅名畫之《故宮藏畫解題》。

期刊部分，1966 年 3 月期刊再度發行，為推廣博物院國際能見度，英文版 *National Palace Museum Bulletin* 雙月刊發行（現已改為年刊）。同年 7 月出版學術研究類的《故宮季刊》刊載國內外學術論文及藝術史料。10 月《故宮週刊》在香港復刊，後有《故宮文獻》季刊與《圖書季刊》的出版。較具代表性的，是至今日仍持續出版的《故宮學術季刊》與《故宮文物月刊》前身—《故宮季刊》與《故宮簡訊》月刊。《故宮季刊》於 1966 年創刊，《故宮簡訊》月刊 1980 年創刊，兩刊均於 1983 年分別更名為《故宮學術季刊》與《故宮文物月刊》，是故宮目前最重要的學術成果發表及普及藝文教育的定期性刊物。

復院後期，因為社會局勢安定，出版印刷產業大幅發展等因素，故宮出版可說是「再度輝煌」，此時的出版已不再只是編目或重置，也編印大部頭的書，如 1973 年開始出版《故宮歷代法書全集》30 冊，收錄院藏晉唐以迄宋元明各家墨蹟，並附釋文。1975 年，歷時三年的藏品點檢編號工作竣事，器物處、書畫處之冊葉及圖書文獻處之「宮中」、「軍機」檔摺件得以詳細整理登錄，因此出版最新整理成果，如 1976 年至 1995 年陸續出版「宮中檔奏摺」大套書。另也進行國際出版交流，與日本東京學術研究社 1970 年出版「故宮選萃」叢刊；1973 年合作《故宮宋瓷圖錄》、《故宮明瓷圖錄》、《故宮清瓷圖錄》等。對於早年的重要出版品，則進行增補重印，如《故宮藏畫大系》16 冊即以《故宮藏畫解題》為基礎，擴增為院藏名畫一千幅，大幅彩色景印。

三、數位典藏計畫之開花結果期

2002 年後故宮開始執行「數位典藏國家型科技計畫」，成為改變故宮

出版品的契機，出版品的內容與質量因此計畫，及後續與此項計畫相關的前瞻計畫而出現大幅度改變。透過計畫的執行，完成多個資訊資料庫的建置，使各項文物資料趨向透明開放，便於使用者整合利用，文物知識相較過去封閉的系統，更容易檢索與流通。另於數位工作室完成的新科技攝影成果，則使文物解析度與色彩準確度提高，有利出版品靈活運用，並增加加值運用的廣度。

同時因為印刷工藝的進展，書籍的印製技術與裝潢特色等，也隨著科技進步逐步變化，對印刷品質的重視與各式各樣的書籍裝幀設計，亦成為出版品注重的一環。出版品不只在內容與質量上提升，印刷細節如調頻網點、調幅網點與整體設計上的加工技術等，都增加了更多選擇。加以配合展覽推出的各種圖錄，及各類特展、國際交流展與交換展覽等規劃頻繁，使得圖錄出版數量與種類增加，可稱為故宮紙本出版全盛的「開花結果期」。具體對出版的影響於「數位典藏計畫與前瞻計畫對故宮出版的影響」一節另有詳述。

貳、博物館紙本出版的編、印、售三結構

國內博物館的出版分工，大多是館內人員兼雜各項撰稿、企劃、採購與行政庶務等，組織中具有專責的出版組織與出版人，目前國內博物館僅有故宮採行此項分工，並在淵遠流長的出版背景下，出版事業已發展至「開花結果期」。紙本出版今進入編輯、印刷和銷售三位一體的結構，完整的出版作業流程藉由館內不同單位與業界的交流，各司其職，合力完成博物館出版，達到博物館傳播知識的功效。編、印、售流程，說明故宮出版的核心作業，也連動影響其發展，以下從編輯團隊、印製過程與銷售模式逐項分析，分享同業參考。

一、博物館出版人與研究人員組成編輯團隊

博物館出版品的主要優勢之一，即是立足館藏的學術研究，其延伸則是在此原創學術研究基礎上衍伸的各項服務(何笑聰, 2014)。以故宮為例，本身即擔任出版社的角色，並由具出版相關專長，如編輯、設計、印刷及

採購等專業的出版人負責企劃。

出版品的文字內容，主要由博物院內的研究人員撰寫，研究人員專業橫跨博物館典藏研究、展覽推廣、文物維護、文化創意及數位發展等領域。今日故宮出版的四大類型出版品：期刊、學術研究、精選主題及展覽相關圖錄類，內容幾乎都是其學術成果的展示，或是為了服務不同社群的群眾，而將此成果轉化的著作。

學術研究著作及其成果改變闡述形式，成為適合不同群眾閱讀文本的歷程，可以以一件著名的故宮典藏北宋汝窯〈青瓷蓮花式溫碗〉為例說明，觀察其如何在作品中以不同深度被描述。〈青瓷蓮花式溫碗〉在《貴似晨星：清宮傳世 12 至 14 世紀青瓷特展》展覽圖錄收錄的專論中，即是何笑聰（2014）提到的「含金量」高的圖錄形式學術著作。另外收入「臺灣人文學引文索引核心期刊」（Taiwan Humanities Citation Index, THCI）的研究型《故宮學術季刊》刊載〈從御製詩看乾隆皇帝典藏的汝窯〉，〈青瓷蓮花式溫碗〉在其中則是故宮研究人員的原創學術研究。在此基礎上，為了服務兒童，具教育推廣專業的研究人員將學術性的文字轉化改寫，搭配活潑插畫，以輕鬆有趣的「樂瓷不疲」單元方式介紹溫碗，則收錄在適合親子的《親子攜手遊故宮—器物篇》。另有為普及學術而發行的《故宮文物月刊》，刊載的〈完美的缺陷—汝窯水仙盆微觀釉相〉一文，溫碗在其中即屬教育為主的科普知識。出版品內容由學術核心朝外推衍的各類型著作，形成完整的博物館藝文教育出版體系，因此故宮的研究人員，一直是出版品編輯團隊的核心。

此外，具學術價值的文字內容產出後，需要文字編輯人員統整文字體例，規劃全書風格，並作為主編、作者與美編的橋樑，處理行政庶務等，此亦由研究人員們擔任專業編輯，因其具有相關藝文領域專長，因此更能維持出版品的內容品質。

二、政府支持的基金出版與設計印刷產業合作

故宮的組織架構裡，出版品發行為文創行銷處的出版單位負責。具有教育、文史藝術、編輯、設計及印刷等不同專業的研究人員，協助設計印刷公司與各領域研究人員完成出版品圖文編輯與印刷。標準作業流程

（Standard Operation Procedure, SOP）為博物館研究人員在擬定展覽計畫或構思出版主題後，即著手撰寫文稿，並與出版單位討論合適的出版需求，再由出版單位擬定對廠商的需求規範、規格研擬與編列預算，進行訪價，最後透過政府採購尋找合適的美術編輯與印刷廠商。出版單位另於編輯期間，以其編輯或設計印刷的專長與研究人員及廠商溝通，進行履約管理，以為出版品品質把關，完成出版。出版單位也配合政府相關推廣政策，例如新南向政策、公共化或政府活動等議題，主動構思出版品。

博物館的出版經營需要政府的支持和充裕的資金，才能產製出優質工藝美學的出版品。以故宮為例，出版品設計編輯及印刷，主要透過政府採購法委託民間的設計印刷公司製作，為了尋找優異的廠商，需要足夠的資金才能吸引優良廠商投入。故宮出版品印製主要資金來源為「故宮文物藝術發展基金」（即中央政府「特種基金」），基金的運用雖然需要考量「成本效益」，但其辦理出版最主要目的仍為宣揚美學、歷史、教育及文明意義（國立故宮博物院，無年代 a），以宣揚美學而言，為求歷史文物原貌呈現及具有藝術美感的設計，在整體設計及印刷的專業要求比一般文宣或是以文字閱讀為目的的書籍要求更高。因此出版單位在規劃出版採購時，在設計方面，透過設計印刷公司以書籍主題為題設計投標，再由相關專業委員評選；印刷方面，則透過廠商的實作打樣、過去實績、成本分析、專業設備能力與時程安排等項，予以評選。由於印刷工藝的進步，故宮出版品對廠商的後加工能力及印刷能力的要求，也同步提高標準。

三、委託出版經營的銷售模式

若博物館本身採用與故宮一樣的「特種基金」預算制度，具有收支平衡的需求，就可委託具有營銷專業與通路的廠商規劃博物館商店，以幫助整體營運。如此一來，博物館既可專注於各項功能的發展，出版品的分享傳播則可委由民間具有專業商務企業管理經驗的公司經營，分工合作，達到最大效益。

以故宮紙本出版為例，主要委託具實體賣店規模的承銷商銷售。委託承銷商又分為一般商店、政府機關相關及展覽相關三類，其中委託業界經營的博物館商店是出版品主要銷售管道。委託的博物館商店又分為實體販

售與網路販售，實體販售方面，商店於博物館內部的禮品部及機場等地實體店面進行銷售，並不定期辦理大型促銷活動，例如曬書節等，也透過參與臺北國際書展、海外國際書展等機會，協同國內各家出版商多管道行銷出版品。網路販售方面，商店透過自營「故宮精品」(國立故宮博物院故宮文物藝術發展基金，2020)網路商城行銷出版品及文創商品，並透過 Facebook、Instagram 等網路宣傳。

參、改變出版的契機：數位典藏計畫啟動與前瞻計畫

一、數位典藏計畫啟動與前瞻計畫的延續

我國博物館的數位化源起於 1998 年 5 月由行政院國科會推動的「迎向新千禧—以人文關懷為主軸的跨世紀科技發展」一案，計畫之一即為「數位博物館」(林國平，2007)，此一計畫可說是開啟了博物館數位化之路。延伸此計畫，2002 年結合人文與科技的大型數位典藏國家型科技計畫(以下簡稱數位典藏計畫)啟動，故宮參與其中，並利用 7 個子計畫，建置 21 個數位典藏資料庫，大幅提升博物院裡文物管理、保存維護、展覽規劃、研究出版、數位製作、文創開發及服務群眾的效能(馮明珠、林國平編，2012)。此一數位典藏計畫，為故宮在資訊服務和其他前瞻性數位計畫的內容面和系統面建立堅實的基礎，達到「一次製作，多次利用」的目標(吳紹群，2013)，及至今已影響故宮各種科技應用方案，如開放資料(open data)、社群網路(social network)、教育平台(iPalace Channel)等，也成為首次改變故宮出版發展的契機之一。

然而因故宮典藏的圖書文獻資源(善本古籍、清宮檔案文獻、滿蒙藏文文獻、明清輿圖等)數量龐大，多達 61 萬冊、件，佔故宮總典藏的 85%，因此經過數位典藏計畫十幾年漫長的努力，仍無法全面數位化以提供民眾利用。故此計畫結束後，圖書文獻處另於 2017 年向行政院爭取圖書文獻高解析重點項目數位化子計畫：前瞻基礎建議計畫(簡稱前瞻計畫)，獲得較充裕的預算，得以運用更多的人力與資源，進行穩定且大量的文獻數位化掃描，甚至建設新的數位攝影棚(郭鎮武、黃宇暘，2018)。此計畫執行約八個月期間，清代檔案數位化就增加了 5%，被數位化的頁數超越之前

十數年的數位化成果（表 1），同時，也因數位攝影棚的建置，能夠較快速且清晰的拍攝文物細節，如明清輿圖中大量的小張貼黃，能夠清楚呈現，如此一來，故宮出版品將因前瞻計畫豐碩的成果，有更充分的文獻資源可運用，以往不易取得的文物細節圖檔，也有機會供給相關領域的學者使用，可預期繼數位典藏計畫之後，前瞻計畫將持續影響故宮出版品。

表 1

故宮典藏清代檔案數位化情形（1996 年至 2018 年 7 月 26 日）

種類	典藏數量（件／冊）	前瞻計畫前 數位頁數	前瞻計畫 數位頁數
宮中檔硃批奏摺	158,614 件	634,456 頁	634,456 頁
軍機處檔摺件	190,889 件	763,556 頁	763,556 頁
官書	聖訓 41 冊、奏議 1,468 冊、實錄 4,374 冊、起居注 7,786 冊 其他 365 冊 合計 14,034 冊		實錄 9,398 頁 + 起居注 12,651 頁，共 22,049 頁
史館檔	本紀 1,293 冊、 志 5,242 冊、表 791 冊 表包 248 包、傳 稿 8,384 冊、傳 包 3,536 包、長 編檔 3,477 冊 合計 22,971 （冊、包）	志 14,150 頁＋ 傳稿 419,200 頁 ＋傳包 176,800 頁，共 610,150 頁	志 37,157 頁＋ 傳稿 419,200 頁 ＋傳包 176,800 頁，共 633,157 頁
內閣部院檔	2,027 冊	--	0
軍機處檔冊	6,218 件冊	77,400 頁	217,797 頁
雜檔	506 冊	800 頁	800 頁
增添文獻	289 件	--	0
總計	395,548 件冊 總數約 3,700,262 頁	2,086,362 頁 約佔總數 56.38%	2,271,815 頁 約佔總數 61.39%

資料來源：整理自「國立故宮博物院圖書文獻處前瞻計畫數位工作區的籌劃與建置」，郭鎮武、黃宇暘，2018，《文化資產保存學刊》，46，頁 71-93。

二、數位典藏計畫與前瞻計畫對故宮出版的影響

故宮出版品一向重視內容充實嚴謹、忠實文物色彩、拓展文物能見度與設計風格獨具，其中「內容充實嚴謹」是作者的學術考證和研究成果，需利用文物典藏資訊；「忠實文物色彩」、「拓展文物能見度」與「設計」則需要靠攝影與儲存圖像方法的進步，並將豐富的典藏全面數位化，這四點都深受數位典藏計畫與前瞻計畫的成果影響。

(一) 資料庫資源的利用

從故宮肇建至今，博物館雖持續不輟地進行保存維護、整理編目、出版展覽及研究發表等各項工作，但故宮典藏品有 69 萬餘件，早期資料儲存及公開傳播不易，浩瀚知識散於不同單位及不同載體中，學者大多據經驗查找可能的資料收藏單位，或依靠傳統的紙本翻閱檢索，不僅費時費力且易致疏漏。

數位典藏計畫與延續的前瞻計畫解決知識分散的問題，藉由博物館各項長期工作的成果以及學者為文物撰寫的說明，作為計畫豐沛的資料來源，再透過詳盡的細部資訊製作後設資料 (metadata)，在故宮建置各類型資料庫，例如「明清輿圖資料庫」後設欄位有 75 個、「器物典藏資料檢索系統」有 127 個、「書畫典藏資料檢索系統」有 64 個，部分欄位的多值且多字數 (吳紹群, 2013)，這些涵蓋範圍廣且兼具深度的豐富資訊，讓使用者在文物資料上彈指可得，更加便利。以「書畫典藏資料檢索系統」為例，在計畫之前，如研究者欲檢索宋代李嵩〈花籃〉資料，需翻檢《石渠寶笈初編》、《故宮書畫圖錄》等書查找相關資料，但資料庫建立之後，此件作品的基本資料、尺寸質地、題跋印記、主題技法，以及曾在五本出版品中曾被介紹，均一目瞭然。此外，也能透過書畫類型與主題類別，運用資料庫已建置的資料進行大範圍的檢索，提供學者更具廣度的研究內容，從而帶動出版品內容質量的成長。

除了故宮出版品之外，資料庫對各界開放，也使從事藝術教育或文創加值的人們，不管是與故宮合作開發商品、自行利用開放授權進行藝術創作，或是喜愛藝術文物的同好等，均可自由運用故宮資料庫專業且正確的資訊，作為創意發想的源頭，並帶動博物館各項業務的發展，如此一來更

擴大資料庫的運用層面。

（二）數位工作室成果的利用

博物館典藏的文物需要靠影像輸出才能滿足學術研究、展覽輸出、出版品印製或文創設計等再加值利用，其中出版品的文物影像，包含器型、紋樣、色彩、材質，甚至受損情況等，因展覽空間無法讓所有文物全數展出，因此出版品的文物呈現是學者據以研究的範本，據以瞭解歷史文物中文化演變的軌跡，也能提供各類型讀者學習鑑賞。然而早年的攝影成果都利用正片分類保存後再重覆利用，但正片保存維護及借閱傳播不易，加值運用上受到很大的限制。例如早期留存的正片多數泛黃或色偏，出版品能呈現的圖像不盡然能忠實呈現古人書畫意境之美，或是瓷器的釉色產生色差，不僅影響讀者能感受到的藝術美感，也可能影響學術研究的成果。

為了建置數位典藏計畫資料庫的數位圖像，故宮首先於正館西側建立了「照相室」。照相室的數位攝影研擬各項格式，包含檔案規格、位元深度、色彩模式及檔案大小等，並隨設備的升級有不同的規範，大致分為底片 Raw 檔、典藏主檔 48Bits RGB Tiff 檔、大型輸出的 24Bits RGB Tiff 檔以及出版品使用的 24Bits RGB Tiff 20MB 檔（馮明珠、林國平，2012），以使圖像典藏的資料庫更為完備，並能有效地長期擴增利用。其後前瞻計畫在圖書文獻大樓四樓設製數位作業室及數位攝影棚，除在軟硬體設備上大幅提升，如採用可達到 1 億像素的 Phase One XF IQ1 中片幅數位機背，其他輸出規範則為了後續完整的影像處理流程，仍與照相室相同，依循數位典藏計畫標準的規範。數位典藏計畫與前瞻計畫帶來的影像拍攝技術與相應的數位化高標準與規格的建置，使得出版品在利用文物影像上更為便捷，文物解析度與色彩準確度也明顯提高，能夠印製更精美、忠實文物色彩的書籍，逐漸提升出版品的品質。

同時，前瞻計畫因為加速了文獻數位化的進程，也突破了以往明清輿圖上細小貼黃（古人在地圖上為補充說明所黏之黃色貼紙）的攝影難度，拓展了文獻類圖書出版的能見度，例如 2018 年在前瞻計畫下印製的《故宮典藏古地圖選粹》（上、下冊），就呈現過去無法清楚細緻印出的，肉眼亦未能辨的地圖細節與貼黃。

數位典藏計畫與前瞻計畫對故宮出版的影響，另呈現於書籍的設計上，由於圖檔檢索與取得不再是難事，攝影技術亦使圖檔畫質大幅提升，讓書籍設計與印製有更多元的媒材與更優良畫質的選項，明顯改變出版品的呈現效果。

肆、故宮出版的困境與出版發展策略

因故宮不只需兼顧基金營運的需求，最重要的是具有博物館教育功能，因此故宮出版不只有商業的考量，還應保留其獨特的教育與學術傳播價值，因此故宮出版品面對的困難有一部分與大學出版社相仿，學者指出，大學出版社會遇到的困難，包括商業與學術價值之權衡，以及市場之開發，包含產品與通路等（邱炯友，2003）。商業與學術價值的分野，在藝術出版品上更為困難，以《故宮文物月刊》為例，究竟以淺顯易懂的文字介紹文物，作為普及性易銷售的雜誌，或是提供新知識和研究成果給讀者的學術刊物，何者是理想的出版方針，一直是月刊編委會需要思考的議題。目前故宮透過不同的出版規範，為學術及商業出版分類，《故宮叢刊》、《故宮學術季刊》與《故宮文物月刊》或部分專書，以學術取向為主，採限量及電子化方式平衡收支。特展圖錄及創意出版，則兼具商業與學術，因為特展可以帶來出版的最大收益，然而因具學術研究成果而推出的特展，自然涵蓋新知識的內容，「非商業性」的出版品亦同時可以帶有「營利」效果。市場的開發上，近年來受到景氣與政策的影響，出版品需要更多樣態的產品，也需要管道銷往中國。多樣態的產品可透過與文創產業的合作規劃，政府部門在銷往中國遇到的困難，則可藉其他有通路的書商協助傳播，以解決目前面臨的困境。

一、紙本出版品策略

此外，雖然資訊科技進步而產生博物館數位典藏計畫，使得出版品編輯與印刷成果帶來大幅度的進步，但隨著數位資訊的發達，就像一把雙面刃，對於紙本出版的需求不再是必要性，所以也帶來故宮出版的困境。筆者曾歸納故宮紙本出版品目前推廣面臨的幾點困境：(1)數位科技改變人們

的閱讀習慣，據國家圖書館公布的 2017 年「臺灣圖書出版現況及趨勢報告」中電子書和紙本書出版比率看來，認為將進入「電子書元年」。(2)故宮 open data 專區開放後，網頁提供的書畫圖片畫質清晰，甚至比親蒞現場觀展或出版品中看到更多細節。(3)展間開放攝影後，觀眾因為可自由拍攝感興趣的文物，自然降低購買出版品的需求。(4)我國藝術書籍閱讀人口減少，近五年藝術出版的書籍銷售金額已逐年下滑（吳怡青，2018）。

資訊的傳播愈方便與發達，博物館紙本出版品就愈需要有獨特的書籍價值與出版目的，才不至於在數位時代被淘汰。近年來故宮紙本出版品就亟思突破此一困境，在自行出版方面，透過精品化與限量化，將出版品從載體增益為可收藏的精品，並將出版品的紙本載體劣勢轉為優勢。

（一）出版品精品化

不僅是資訊科技飛躍式的前進，印刷工藝也不停的發展進步。故宮透過政府規範辦理的印刷採購案，所評選出的設計印刷廠商，經常都是業界獲得金印獎的佼佼者，因此在各類獨特設計的精緻加工都能配合施作。由經濟部工業局主辦的「金印獎」，自 2007 年起迄今已辦理 12 屆，評審項目包括出版品在印刷上的技術表現、印刷適性、設計創意、環保應用度與作品呈現完整性（註 1），呈現我國對印刷產業的重視。

但能將出版品精品化，也取決於故宮在發行出版品上的經費有較大的調整空間，大多數只要符合成本效益，就能要求在設計上搭配的印刷工藝有豐富的變化，或是提供加值的配件。因此故宮出版品近年不僅追求藝術文化知識的傳播，為了達到吸引讀者目光、進而欣賞閱讀以外，讓讀者願意作為精品收藏，或是視作知性禮品，因此書籍在整體設計上運用多種的印刷科技呈現獨特效果，甚至附加文創商品。

例如 2017 年出版《宋代花箋特展》呈現古代花箋紋飾的打凸壓凹版封面，除讓讀者體驗古人觸摸信箋的手感，並另附加仿宋花箋信紙，以勾起讀者懷古情誼，可仿效古人在信箋上寫下傳達情意的書信。2017 年出版《品牌的故事－乾隆皇帝的文物收藏與包裝藝術》，利用雷射雕刻鏤空文物器型，讓現代書籍亦有乾隆皇帝為珍愛物品特製裝幀的設計。2018 年出版《何處是蓬萊－仙山圖特展》，為表現縹絲畫作，以複製畫布印製扉頁、

烤松香加工仙人漫步雲端的線條等。2019 年出版《古人掌中書：院藏巾箱本特展》，為讓讀者瞭解古人巾箱本即今人的口袋書或袖珍本，因此製作迷你書作為圖錄加值文創產品。近年故宮多種出版品都讓書籍在純粹的載體上，走向值得收藏的精品型式。

（二）限量印製出版品

故宮典藏的文物雖有展覽時間和空間的限制，出版品的傳播卻是久遠的。但是出版品仍有其侷限，其內容是主題式呈現研究人員新近的研究成果，並搭配當時的印刷技術，如果圖錄無限制的再刷發行，有可能傳播的是舊思維、舊知識，無益於學術傳播。

因此故宮出版近年針對期刊、學術研究、精選主題及展覽相關圖錄四類型的出版品，各有其發行數量的限制。期刊因有「故宮文物月刊」、「學術季刊資料庫」可借檢索與全文閱覽，所以印製數量固定外也較少量，分別為 3,000 本與 500 本，季刊的紙本主要提供給圖書館交換使用，月刊則是導覽志工與院內同仁等藝文知識交流與新知發表的園地。

學術研究、精選主題及展覽相關圖錄出版品，另依據每月統計的日均銷售數量，決定是否辦理再版。通常展覽結束後，日均銷售數量降低就會售罄不再版。唯墨蹟類或學術類出版品，因純屬法書鑑賞與學術需求，通常無法達到日均銷售數量，如無重新編輯或可取代的書籍，即再辦理加印，避免傳播斷層。實施限量印製出版品的優點，是採「飢餓行銷」的概念，除可促進展覽期間的出版商機，亦是善用政府資源，精算印製數量以撙節經費，不至讓出版品庫存屯貨。

（三）出版載體的劣勢轉化為優勢

出版品載體為紙張，無論在攜帶保存便利性、內容功能加值或是網路傳播等處，遠比數位出版顯得遜色不少，然而目前故宮紙本出版仍有幾點優勢是數位出版暫無法取代的。

故宮經常舉辦國際合作的展覽，國外博物館對於圖像複製的授權使用，經常限於展覽期間內所印製的出版品，電子書對於這些圖像的複製與傳播，如未被額外的申請授權，包含費用給付，就無法製作，因此國際合作展覽

的出版品唯有紙本書籍是紙本出版的優勢之一。優勢之二，是今日的科技尚無法呈現紙張帶給人們的實體感受。例如紙張在「視覺」的舒適度一定優於電子螢幕的藍光，特殊印刷工藝如雷射光、打凸壓凹版、金色銀色與螢光色等，電子書也無法呈現像這類效果，如前文所提的精品書籍印刷工藝僅能呈現於紙本，至於翻閱的「觸覺」與特殊紙質的手感，一直是文青們對紙本出版愛不釋手的主要原因。第三，故宮親子書如《故宮南院嬉遊記—跟著哈奴曼尋寶去》中的趣味文物貼紙，是書籍的加值運用，能讓兒童體驗與書本的手作互動，而非與螢幕的手指運動，這也是紙本出版目前尚未被數位出版取代的優勢。

二、出版品委託專業協作策略

（一）授權出版社申請合作策略

以故宮為例，目前授權紙本出版合作策略主要有兩種類型的出版品：

1. 改寫及再製出版

故宮出版品的核心內容由研究人員撰寫，但是學術研究的內容並不一定適合推廣教育，達到藝術普及的目的，閱讀對象侷限為相關領域的專業人士。因此將研究人員產出的內容，藉由民間業界合作，更能視不同的讀者改寫內容，重新編排，如雄獅公司出版《故宮法書精粹導讀》系列書籍，或是針對兒童重新改寫的太極影音公司出版《故宮國寶書畫童書精選—溪山漁隱圖繪本》、遠見天下公司出版《我的故宮欣賞書》。另也有純為古籍再製或精選主題出版的合作出版品，如萬世公司出版《永樂大典》（全 62 冊）、聯經公司出版《清代起居注冊（雍正朝）》。這類改寫及再製的授權出版品，可開發出多元的出版品，提供讀者更多而且豐富的出版品選擇。

2. 再刷出版

因為故宮近年對單一出版品數量的限制，部分書籍一旦售罄不再加印。然而對出版產業較瞭解，或有不同管道可銷售的民間企業，可能嗅得部分已絕版商品的商機，或為公益推廣等特定用途，因此可向博物館申請授權

出版，博物館通常樂見其成，不與民爭利。如《故宮法書新編》是精印各朝代知名書法家書蹟的出版品，共出版 34 冊，深受書法藝術愛好者喜愛。但因此套書係分冊出版，讀者可依喜好購買單冊，也因此部分名家的冊數優先售罄，如第九、十冊蘇軾與第十三、十四冊米芾墨蹟。蕙風堂筆墨公司評估其損利，即向故宮申請授權出版，以饗其讀者。

然而博物館在授權出版合作時，並非只授權而忽略最後出版內容的正確性，因此申請授權合作者仍需將提案及成品交予院方，再委由專業學者審閱，以維持博物館對出版品品質與知識傳達的要求（國立故宮博物院，無年代 b）。如此一來，博物館透過與業界的產官合作，業者可自行開發多元出版品，或是申請再刷來自自身通路產生需求的書籍，而博物館則以業者發行數量與單價收取權利金，獲得博物館可運用的資金，雙方互利互惠，也達到博物館文化教育推廣的宗旨，如圖 1。

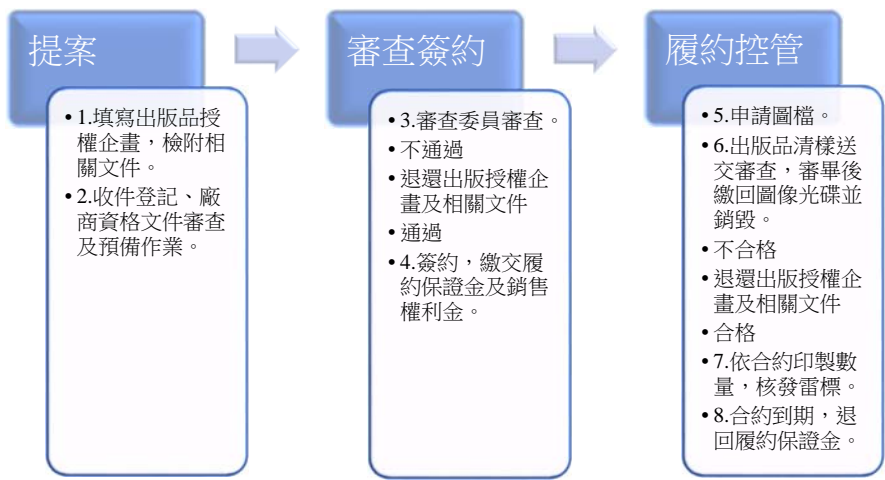


圖 1 故宮出版品授權申請辦理 SOP

資料來源：研究者自行整理

（二）委託專業廠商執行數位出版策略

紙本出版品面對的困境中，首要兩點都與數位科技有關。林國平(2006)曾透過知識經濟的新趨勢、博物館產業整體競爭環境的劇變及文物典藏數位化的需求三項討論，釐清了全球博物館產業數位化發展趨勢的原動力，博物館要將知識經濟行銷世界，必然要投入數位化發展。早在 2002 年數位典藏計畫啟動時，利用出版品達到博物館藝文推廣的方式就已逐漸產生改變，例如中、英文兩版《故宮電子報》(National Palace Museum e-Newsletter)在 2002 年創刊，開始以更有效率的網路傳播，將故宮即時訊息傳送到世界各地，當時故宮即時訊息已以此概念出發，出版品當然有朝一日也會受到挑戰，今日閱讀習慣改變、電子書及 Open Data 等資訊科技發展，就是紙本出版品不得不面對的挑戰。

今日故宮出版品正積極拓展數位科技相關的領域，但目前電子書的推廣與製作仍有諸多難題待解決，推廣方面，消費者閱讀故宮出版品的習慣仍以紙本出版品為主，製作方面，若以具增值功能的電子書編輯和販售的出版作業流程看來，數位編輯的成本與人才、發布平台的能見度和大眾消費習慣等因素影響，暫無製作增值電子書的方案。目前電子書仍只是將已出版的書籍提供給廠商轉製 PDF 檔後製作純閱覽的電子書，尚未開發其他的創意增值功能。此種委外出版模式，主要透過委託行銷方法與業界合作，藉由業界導入最新數位科技與商業模式進行推廣銷售。故宮最早在 2015 年與宏碁合作，初期先將已無紙本的出版品數位化，其後逐漸與展覽及新出版品同步，透過與 Zinio 電子雜誌平台、中國圖書進出口(集團)總公司、樂天 KOBO、比利時 Musebooks Ltd.平台推出故宮電子書，迄今已推出逾二百餘本電子書，且多數出版的新書都能同步購買電子書。

伍、結語

博物館出版局負知識典藏與傳播的責任，我國各博物館對出版品重視的程度不一，故宮作為國家級博物館，一向重視將知識典藏於出版品，並隨出版品將藝術人文之美推廣至社會。故本文以故宮為例，爬梳其出版歷史的肇建、復院和數位典藏計畫時期，觀察其隨著社會環境改變而從印製

藏品圖像，到穩定的出版與整理，建置完整的編印售三結構，以至今日豐富多元的出版樣態。但博物館知識的傳遞方式正在改變與成長，應該要隨時調整步伐以順應時勢。紙本出版品因為科技的發達而有大幅成長，但水可載舟，亦可覆舟，數位科技時代的來臨，為博物館出版帶來的挑戰是如何為紙本出版與數位出版的鴻溝架起橋樑。

故宮因應數位時代的傳播策略，在紙本出版品方面採用出版精品化、印製限量及善用內容優勢調整出版方向的策略，另利用出版品委託專業協作策略，授權出版社申請合作，以增加出版品樣態，拓展博物館教育推廣的管道，並委託專業廠商執行數位出版，這些都能作為國內博物館出版發展的參考方向。唯博物館出版應抱持更開放的態度，提前準備好接受數位出版的挑戰。目前委託數位出版方面，故宮顯然有更大的空間可以發展，這也是博物館，甚至是圖書館及檔案館出版共同面對的問題，後續將持續關注此一面相的發展評估與可行策略，期能作為相關領域出版發展之借鑑。

（接受日期：2019 年 8 月 20 日）

註釋

註 1：臺灣金印獎的評選項目中，技術表現佔 45%，包含作品墨色表現、套印準度、印紋清晰度、有無瑕疵、單色、雙色、四色、特別色、頁面色彩量；印刷適性佔 15%，即被印材料印製效果的呈現；設計創意佔 20%，根據作品在企劃創意、外觀和結構的創新性，以及應用價值評分；環保應用度佔 10%，作品之設計、製程、使用物料須可循環利用，或以環保製成品印製；作品呈現完整性佔 10%。（財團法人印刷創新科技研究發展中心，2018）

參考文獻

文化部（2018）。*GPI 政府出版品資訊網政府出版品管理端*。檢自
<http://open.nat.gov.tw/OpenAdmin/index.jsp?funcId=229>

- 朱賽虹（2011）。故宮博物院出版事業的首度輝煌－民國時期出版綜論。*故宮博物院院刊*，153，124-148。
- 何笑聰（2014）。博物館策劃的紙媒出版物生存狀況初探。*中國出版*，17，51-55。
- 吳怡青（2017）。閱讀故宮之美－《故宮文物月刊》成書歷史與編纂實務。*故宮文物月刊*，417，96-107。
- 吳怡青（2018）。博物館出版新面貌－從故宮《宋代花箋特展圖錄》談起。*博物館學季刊*，32(4)，91-103。doi:10.6686/MuseQ.201810_32(4).0005
- 吳紹群（2013）。人文與數位科技的結合－故宮數位典藏成果與應用。*故宮文物月刊*，359，92-100。
- 林國平（2006）。故宮數位資產行銷之研析。*檔案季刊*，5(3)，13-28。
- 林國平編（2007）。*時尚故宮·數位生活*。臺北市：國立故宮博物院。
- 邱炯友（2003）。大學出版社與大學圖書館：學術出版社群之共同機會與可能性。在邱炯友編，*大學出版社與學術出版*（頁 283-298）。臺北縣：淡江大學資訊與圖書館學系。
- 財團法人印刷創新科技研究發展中心（2018）。*第十二屆台灣金印獎*。檢自 <http://www.ptri.org.tw/images/news/ptri-news/1070412DM.pdf>
- 郭鎮武、黃宇暘（2018）。國立故宮博物院圖書文獻處前瞻計畫數位工作區的籌劃與建置。*文化資產保存學刊*，46，71-93。
- 馮明珠、林國平編（2012）。*十年耕耘·百年珍藏－國立故宮博物院數位典藏成果專刊*。臺北市：國立故宮博物院。
- 國立故宮博物院（無年代 a）。*國立故宮博物院故宮文物藝術發展基金收支保管及運用辦法*。檢自 <https://www.npm.gov.tw/Article.aspx?sNo=04009746>
- 國立故宮博物院（無年代 b）。*國立故宮博物院出版品授權申請流程說明*。檢自 <https://www.npm.gov.tw/Article.aspx?sNo=03010651>
- 國立故宮博物院故宮文物藝術發展基金（2020）。*故宮精品網路商城*。檢自 <http://www.npmshops.com/main/modules/MySpace/index.php>
- 國立故宮博物院編輯委員會（2000）。*故宮跨世紀大事錄要*（1-2 冊）。臺北市：國立故宮博物院。



Knowledge Archives Published by Museums and the Communication Strategy in the Digital Age: Case Study on National Palace Museum

I-Ching Wu* Jeong-Yeou Chiu**

【 Abstract 】

National Palace Museum publications originally included journals, academic research, selected topics and exhibition related catalogues. However, with the recent development of several national digital database projects and the progress of printing technology, the content of the publications and the printing results have been affected, and the types of publications has also become diversified. This article introduces the publications of National Palace Museum in various periods, as well as the publishing process of editing, printing, and sales, and explores the difficulties encountered in the recent years. Recently, the trend of publications development has been to adjust the overall publishing direction through the boutiqueization,

* Ph. D. Student, Graduate Institute of Library, Information and Archival Studies, National Chengchi University; Assistant Researcher, Department of Cultural Creativity and Marketing, National Palace Museum

Principal author for all correspondence E-mail: foxx1216@npm.gov.tw

** Professor, Graduate Institute of Library, Information and Archival Studies, National Chengchi University

ORCID 0000-0002-5320-7107

E-mail: joyo@nccu.edu.tw

limited quantity and uniqueness of museum publications and the licensing strategies of various authorization methods and cooperation with digital company.

Keywords

Publishing industry, Government publishing, Museum publishing, Printing technology, Digitalization

【 Summary 】

A museum is an institution archiving cultural relics and communicating knowledge, and the publications are the important channel for knowledge communication. Different from other museums, National Palace Museum (the Museum in short), with the time-honored publications and an independent publishing organization, has publication-related professional staff be responsible for the planning and operation of publications and the design of various publications meeting the publishing requirements of the Museum. The publications are currently classified into 1. publications related to exhibitions, 2. periodicals, 3. publications derived from events, and 4. publications for themes or project achievement. This study attempts to comprehend the internal publishing operation of the Museum and analyze the ways to cope with dilemmas and the publishing development strategies in past years, from various existing publishing methods.

The background of knowledge archives published by the Museum is first introduced in this study, from early publishing types in the building of the Museum, the publishing changes during the relocation period to the participation in “Taiwan e-Learning and Digital Archives Program” promoted by the government. The unique publishing organization of the Museum is consisted of publication professional staff and researchers. After completing the publishing plan, the for-profit fund is applied and private design and printing firms are cooperated for the edition. The completed publications are then

authorized for management. In other words, the publishing organization of the Museum covers three structures of edition, printing, and marketing, similar to a museum self-managed publisher. Under the above publishing background and existing publishing structure and the discussion of the publishing history of the Museum, it becomes the most significant change that Taiwan e-Learning and Digital Archives Program executed by the Museum becomes the key in the change of the overall publication. The establishment of mass database and digital workshops largely advance the content and communication of publications.

Along with the advance of technologies, the progress of information technology affects the change in reading patterns. Moreover, the governmental promotion of open policies, the Museum's openness to taking photographs, and Open Data result in reducing reading population of the Museum publications. Several publishing development strategies are therefore adopted by the Museum. For instance, diverse publishing models and styles are sought for the academic pictures and text contents of self-published publications the color presentation on paper-based carriers with printing technologies is emphasized. The bookbinding and layout are designed more delicate and limited; or, different from electronic carriers, the feeling of paper-based carriers or the interaction of personal crafts is applied to design the books. In regard to marketing, the original technologies and markets of private publishers are applied, by authorizing to rewrite the Museum publications or archive contents for re-publication or to reprint out-of-print publications. It allows the Museum publications being developed multiple appearances, according to the specialty and needs of different publishers, to achieve the universal education and promotion functions of the Museum. Digital publishing is also authorized to increase the publication channels to cope with the reading model in the new age, with the parallel operation of digital publications and paper-based publications.

According to the knowledge archive publishing process and communication development of the Museum publications, the practice of the publishing strategies and the positive adjustment of publishing direction are summarized. Although the digital publication requires large improvement, it is the common

publication problem of all museums and even libraries and archives. It is expected that the analysis of the case could be the reference for the publication development in related fields.

Romanized & Translated Reference for Original Text

文化部（2018）。*GPI 政府出版品資訊網政府出版品管理端*。檢自

<http://open.nat.gov.tw/OpenAdmin/index.jsp?funcId=229> 【Ministry of Culture (2018). *Government Publications Information open admin*. Retrieved from <http://open.nat.gov.tw/OpenAdmin/index.jsp?funcId=229> (in Chinese)】

朱寶虹（2011）。故宮博物院出版事業的首度輝煌－民國時期出版綜論。《故宮博物院院刊》，153，124-148。【Zhu, Sai-Hong (2011). The first glorious period of publishing undertaking of the Palace Museum - A summary of the publishing from 1911 to 1949 in China. *Palace Museum Journal*, 153, 124-148. (in Chinese)】

何笑聰（2014）。博物館策劃的紙媒出版物生存狀況初探。《中國出版》，17，51-55。【He, Xiao-Cong (2014). Bo wu guan ce hua de zhi mei chu ban wu sheng cun zhuang kuang chu tan. *China Publishing Journal*, 17, 51-55. (in Chinese)】

吳怡青（2017）。閱讀故宮之美－《故宮文物月刊》成書歷史與編纂實務。《故宮文物月刊》，417，96-107。【Wu, I-Ching (2017). Yue du gu gong zhi mei-《Gu gong wen wu yue kan》cheng shu li shi yu bian zuan shi wu. *The National Palace Museum Monthly of Chinese Art*, 417, 96-107. (in Chinese)】

吳怡青（2018）。博物館出版新面貌－從故宮《宋代花箋特展圖錄》談起。《博物館學季刊》，32(4)，91-103。【Wu, I-Ching (2018). New image of museum publications: National Palace Museum catalogue of a special exhibition of painting and calligraphy on Song dynasty decorated paper as Example. *Museology Quarterly*, 32(4), 91-103. (in Chinese)】
doi:10.6686/MuseQ.201810_32(4).0005

吳紹群（2013）。人文與數位科技的結合－故宮數位典藏成果與應用。《故宮文物月刊》，359，92-100。【Wu, Shao-Qun (2013). Ren wen yu shu wei ke ji de jie he- Gu gong shu wei dian cang cheng guo yu ying yong. *The National Palace Museum Monthly of Chinese Art*, 359, 92-100. (in Chinese)】

林國平（2006）。故宮數位資產行銷之研析。《檔案季刊》，5(3)，13-28。【Lin,

- James Quo-Ping (2006). Analysis of digital asset marketing of National Palace Museum. *Archives Quarterly*, 5(3), 13-28. (in Chinese)】
- 林國平編（2007）。*時尚故宮·數位生活*。臺北市：國立故宮博物院。【Lin, Quo-Ping (Ed.). (2007). *Shi Shang Gu Gong · Shu Wei Sheng Huo*. Taipei: National Palace Museum. (in Chinese)】
- 邱炯友（2003）。大學出版社與大學圖書館：學術出版社群之共同機會與可能性。在邱炯友編，*大學出版社與學術出版*（頁 283-298）。臺北縣：淡江大學資訊與圖書館學系。【Chiu, Jeong-Yeou (2003). Between university press and university library: Possibilities of the scholarly publishing community. In Chiu, Jeong-Yeou (Ed.), *University Presses and Scholarly Publishing* (pp. 283-298). New Taipei city: Department of Information and Library Science, Tamkang University. (in Chinese)】
- 財團法人印刷創新科技研究發展中心（2018）。*第十二屆台灣金印獎*。檢自 <http://www.ptri.org.tw/images/news/ptri-news/1070412DM.pdf> 【Printing Technology Research Institute (2018). *The 12th Taiwan Golden Print Awards*. Retrieved from <http://www.ptri.org.tw/images/news/ptri-news/1070412DM.pdf> (in Chinese)】
- 郭鎮武、黃宇暘（2018）。國立故宮博物院圖書文獻處前瞻計畫數位工作區的籌劃與建置。*文化資產保存學刊*，46，71-93。【Kuo, Chen-Wo, & Huang, Yu-Yang (2018). Preparation and establishment of the digital studio at department of rare books and historical documents for the forward-looking program in National Palace Museum. *Journal of Cultural Heritage Conservation*, 46, 71-93. (in Chinese)】
- 馮明珠、林國平編（2012）。*十年耕耘·百年珍藏－國立故宮博物院數位典藏成果專刊*。臺北市：國立故宮博物院。【Feng, Ming-Zhu, & Lin, Quo-Ping (Eds.). (2012). *National Palace Museum's Collections Digital Brochure*. Taipei: National Palace Museum. (in Chinese)】
- 國立故宮博物院（無年代 a）。*國立故宮博物院故宮文物藝術發展基金收支保管及運用辦法*。檢自 <https://www.npm.gov.tw/Article.aspx?sNo=04009746> 【National Palace Museum (No date a). *Guo li gu gong bo wu yuan gu gong wen wu yi shu fa zhan ji jin shou zhi bao guan ji yun yong ban fa*. Retrieved from <https://www.npm.gov.tw/Article.aspx?sNo=04009746> (in Chinese)】

Knowledge Archives Published by Museums and the Communication Strategy in the Digital Age: Case Study on National Palace Museum

- 國立故宮博物院（無年代 b）。國立故宮博物院出版品授權申請流程說明。檢自 <https://www.npm.gov.tw/Article.aspx?sNo=03010651> 【National Palace Museum (No date b). *Guo li gu gong bo wu yuan chu ban pin shou quan shen qing liu cheng shuo ming*. Retrieved from <https://www.npm.gov.tw/Article.aspx?sNo=03010651> (in Chinese)】
- 國立故宮博物院故宮文物藝術發展基金（2020）。故宮精品網路商城。檢自 <http://www.npmshops.com/main/modules/MySpace/index.php> 【National Palace Museum Art Development Fund (2020). *National Palace Museum Shop*. Retrieved from <http://www.npmshops.com/main/modules/MySpace/index.php> (in Chinese)】
- 國立故宮博物院編輯委員會（2000）。故宮跨世紀大事錄要（1-2 冊）。臺北市：國立故宮博物院。【National Palace Museum Editorial Committee (2000). *Gu Gong Kua Shi Ji Da Shi Lu Yao* (Vols.1-2). Taipei: National Palace Museum. (in Chinese)】