



2011-2020

鶯歌陶瓷博物館

市政建設成果

目次

壹	前言	2
貳	落實文化平權，有愛無礙	3
參	數位藝術教育，知識無遠弗屆	5
肆	國際連結，全球在地化	7
伍	深耕在地，共創榮景	9
陸	亮點服務	11

前言

鶯歌陶瓷博物館自民國 89 年 11 月 26 日正式開館啟用，是臺灣第一座以陶瓷為主題的專業博物館。開始營運的前 5 年(89-93 年)，以「國際視野、專業現代」為整體經營策略，形塑本館專業形象及定位。第二階段 94 年至 98 年間則以「地方發展、全球佈局」為策略，強化與地方友好合作關係。99 年至 103 年的第三階段，以「策略結盟、實質交流」為策略，積極與國內外其他專業博物館、學會、大專院校等陶瓷相關組織合作交流。104 年後秉持友善、創新、專業的核心價值，以「推動在地陶、邁向全世界」為願景，提升陶博館與地方同步成長、強化陶瓷文化外交的使命。

落實文化平權，有愛無礙



隨著社會大眾的需求及博物館界對其自身定位的重新探討，以人為主的觀念取代了傳統以物為主的思惟。透過友善平權的推動，博物館在促進邊緣與弱勢團體的文化參與權上，扮演積極的角色。

友善無礙設施

打造更友善的服務場域，擬定計畫逐年改善原有建築硬體設計的缺點，以通用設計原則，改建館舍內設施，提升身障者及年長者使用的可近性及便利性，加強親子觀眾使用的滿意度。

創齡樂活服務

服務超過 185 場/4,586 人次

針對失智症長者及照顧者，推動「陶博時光機」計畫，以行動博物館「阿嬤的灶腳」提供外展服務；與衛生局合作辦理「樂活健腦巴士巡迴服務」；每周二進行「樂齡砌陶趣」一日遊活動，讓長者體驗做陶樂趣，暢遊北部各地私房景點。103 年至今已辦理 122 場，服務超過 2,000 人。



早安博物館

服務超過 63 場/1,687 人次

針對自閉症患者、發展遲緩兒及其他身心障礙者，辦理「早安博物館」活動，每月第一個星期五，提早 1 小時開門，

提供單純、寧靜的藝術參與空間，推出以來深受學校特教班及身心障礙者服務團體的喜愛。106 年 9 月開放，已辦理 63 場，共服務 1,687 人次。



多元族群服務

常設展區建置「手感陶—陶藝觸覺感知區」，展出可觸摸的作品，輔以點字說明牌，提供視障者觸覺觀展的經驗，同時拍攝 21 部「手語導覽影片」，提高聽障朋友觀展之便利性及滿意度。



行動博物館

服務超過 135 場/35,631 人次

運用「行動博物館」的概念，將常設展內容，設計成可攜帶的單元展覽模組，使藝文推廣深入社區、偏鄉或原住民學校等地方。106 年推出至今也已辦理 135 場、35,631 人次參與，透過外展服務，讓陶瓷文化更進入民眾的生活。



數位藝術教育，知識無遠弗屆

因應數位化時代來臨，階段性改善各項數位設施並引進數位化展示方式，訂定「展覽、典藏、教育、行銷與服務」五大數位化目標。

展覽數位化

開放 55 檔線上展覽

開放 55 檔線上展覽，提供 720 度旋轉瀏覽、VR 虛擬實境觀看功能、11 處數位化互動展示、AR 擴增實境、互動投影、臉部捕捉技術、結合 3D 列印及數位拉坯，展示陶瓷與數位科技結合。



典藏數位化

提供 3,140 件數位藏品影像查詢

建置 RFID 無線射頻標籤系統，透過 PDA 手持機加速本館 6,134 筆典藏盤點以及藏品查找效率，達到管理數位化；已完成 3,140 件藏品影像數位化並開放於線上查詢，其中包括 301 件 360 度環物影像及 720 度建模數位影像。

教育數位化

錄製 243 部線上課程，80 萬觀看次數

陶瓷學院課程內容製作數位像，透過 Youtube 上傳 243 部影片，頻道訂閱逾 6,334 人次，觀



看次數突破 80 萬次。引進 Beacon 藍芽技術，民眾透過行動裝置即可體驗數位互動導覽服務，並加入 Zenbo 機器人，輔助展場解說導覽。

行銷數位化

7 萬社群網站粉絲

積極經營社群網路，並多次舉辦活動直播與抽獎活動，累積超過 7 萬粉絲。架設「鶯歌燒品牌計畫」專屬網站，提供認證業者通訊方式及銷售據點等服務，開辦「鶯陶卡」服務，建置網站及虛擬會員卡功能，106 年起轉型為「鶯歌文化觀光」網站，瀏覽人次有 332,256 人。

服務數位化



線上預約

提供線上預約導覽及課程報名服務，超過 24 萬人次透過網路預約導覽、30 萬人次報名課程。

線上購物

整合 200 家廠商、533 項商品，建置博物館網路購物商城，線上瀏覽量有 988,565 人次。為符合更多元的消費模式，結合 PINKOI 網路購物平台，行銷販售文創類商品，已上架 135 項商品。以及運用博客來電子商城、華藝數位商城，推廣本館出版的專刊圖錄及陶瓷教育叢書。

數位互動

引進互動式數位看板，提供互動拍照、影片播放、數位環景、展覽資訊、活動資訊等服務，並已配合特展、活動與節慶製作多款互動拍照相框與貼圖及播放宣傳影片。

國際連結，全球在地化



積極加入國際組織會議與合作，參與了聯合國教科文組織國際陶藝學會 IAC、美國陶瓷教育年會 NCECA 以及世界博物館協會 ICOM、AAM 等，並透過姊妹館的夥伴關係將鶯歌陶瓷文化以展覽的方式呈現在世界的舞臺，強化國際間的實質合作與連結。

舉辦國際年會

47 國，326 位藝術家，36 檔展覽

成功申請 2018 年「第 48 屆聯合國教科文組織國際陶藝學會 IAC 會員大會」首次在臺舉辦，吸引超過 47 國、326 位來自世界各地的陶藝家、收藏家、美術館和博物等報名與會，全臺北、中、南同步展出 36 檔精彩展覽，展現臺灣創作能量。



舉辦國際陶藝競賽

58 國，692 位藝術家，732 件作品

舉辦「臺灣國際陶藝雙年展」，最高吸引 58 國，692 位藝術家，732 件

作品同時參賽。以策展人競賽或作品競賽方式交替辦理，網羅各國優秀陶藝家作品到臺灣展出，提升臺灣陶瓷藝術深度與廣度，積累藝術創作軟實力。



國際駐村交流

27 國，104 位陶藝家，共捐贈 377 件作品

為建置國際與在地的交流平臺，於 98 年啟動「臺灣駐村計畫」，至今已有來自 27 國、104 位陶藝家進行駐村創作，共捐贈 377 件作品。駐村創作期間，特別規劃國際駐村藝術家與在地產業、社區及學校的合作機制，透過館校合作教學、社區互動、工作室參訪、青年助手招募等計畫，提供在地陶瓷產業多元的視角與觀點，加速在地產業升級。

此外也藉由駐村的交流與世界各地的組織進行「藝術家交換計畫」，積極與比利時、德國、荷蘭、美國等相關陶瓷機構建立連結，將臺灣的陶藝家推向國際舞台，建立臺灣陶瓷在世界的地位，期待將鶯歌建構成為一個具地方特色、全球觀點的世界陶藝重鎮。



深耕在地，共創榮景

鶯歌陶瓷博物館因陶瓷特色產業應運而生，扮演凝聚鶯歌老街產業歷史與集體記憶，傳承鶯歌陶瓷文化的生命力。希望在朝向專業化與國際化發展的同時，也能強化在地連結，提升價值，共創榮景。

社區總體營造強調整合「人、文、地、景、產」等五大面向。「人」重視社區居民生活福祉之創造，陶博館與在地學校陶瓷工程科合作，提供場地作為畢業展及師徒制成果展的發表場地，傳承技藝。為增進新北市陶瓷交流機會，設置「市民陶藝平臺」，每年於平臺展出 7 至 8 檔新北市不同專長技術與風格特色的陶瓷展覽，希望能夠持續扶植在地優秀陶藝創作者，厚植文化能量。

「文」強調社區共同歷史文化之延續，陶博館以地方文史研究與保存成果為基礎，建構在地知識網絡，提升博物館核心知能及公共性，培養大眾親近及走入博物館的習慣，強化地方文化館舍永



續經營能量。每 3 年策劃 1 檔地方文史展，針對鶯歌在地陶瓷文化藝術及產業，延續並發揚在地文化特色，傳承記憶。

「地」著重地理環境的保育與特色發揚，在地性的延續。陶博館致力於保存地方特色，延續地方文化記憶，培訓志工導覽團隊，協助「鶯歌文化季」之老街導覽工作；建置「鶯歌文化觀光網」，協助民眾認識鶯歌地理、歷史及人文風貌，同時規劃輕旅行路線串連工作室、觀光工廠及商家，以寓教於樂的方式增進民眾對鶯歌歷史文化的重視，活絡地方經濟，深化在地認同。



「景」則為「社區公共空間」之營造，新北市政府為推廣藝術文化，特於新北市鶯歌區大漢溪旁的三鶯新生地，設立「三鶯藝術村」，由陶博館負責規劃營運與管理，每年規劃兒童、親子主題展覽，創造出多元趣味的陶藝展示

環境外，並啟動「三鶯藝術村藝術團隊進駐計畫」，打造屬於國內新生代藝術家的創作、展覽場所、藝術體驗 DIY、特色作品展售、工藝交流的藝術據點。

「產」則強調產業與經濟活動的共同經營，本館積極連結地方產業，加強創意商品的開發與輔導，開設全臺首家由博物館自營之文化概念店，成為在地陶瓷產業及全臺各地具有原創性、獨特性文創商品的販售流通平臺。同時擬定「鶯歌燒品牌建置計畫」，授權優質陶瓷創作者、業者，使用「鶯歌燒」商標的權利，建立民眾對於品牌的信賴，提升產業品質與聲望，目前授權商品總件數已達 775 件。



亮點服務

衛生福利部國民健康署「109年臺灣健康城市暨高齡友善城市獎 - 不老獎」

Trip Advisor 票選為臺灣前十大博物館

La Vie 國際雜誌票選為「全臺 10 大文創園區」

DailyView 大數據統計全臺十大必訪美術館

臺灣國際陶藝雙年展獲選十大公辦好展覽

國史館臺灣文獻館獎勵出版文獻書刊優等獎

國家建築金獎文化教育類金獅獎、評審團首獎

新北市空氣品質淨化區評鑑第 1 名

文化部「全國績優文化志工表揚獎勵」團隊獎

新北市文化志願服務評鑑績優團隊《特優獎》

新北市公廁金質獎

新北市啄木鳥金質獎

