

博物馆咨询委员会
二零一六年十二月二日第一次会议

讨论摘要

1. 博物馆咨询委员会及辖下专责委员会的运作

- 1.1 委员备悉博物馆咨询委员会及其辖下三个常设专责委员会的职权范围以及申报利益的指引，并通过拟议的运作模式。

2. 二零一六至一八年度拟讨论的议题

- 2.1 除秘书处提出的议题外，委员还建议讨论下列议题：

- (a) 未来两年优先处理的事项；
- (b) 善用资讯科技提供博物馆服务；
- (c) 善用社交媒体促进与公众的沟通；
- (d) 重新审视康乐及文化事务署（康文署）博物馆的理想，使命及信念；
- (e) 各间博物馆面对的挑战；以及
- (f) 兴建博物馆或相关设施的计划。

- 2.2 有关博物馆服务的一般事宜，委员建议康文署考虑以下各项：

- (a) 筹办博物馆活动时可征集更多大学生参与；
- (b) 把合作及文化交流的范围从内地拓展至海外；
- (c) 公开购置艺术品的预算；
- (d) 确定博物馆教育的目标，以拓展观众群或培育年轻一代成为博物馆工作者；
- (e) 尽早向博物馆咨询委员会讲述更新计划的内容，以便在规划阶段征询委员的意见；

- (f) 为海外艺术家架起桥梁，在香港展出其作品；以及
- (g) 增加博物馆观众意见调查的次数，并以顾客 / 观众为本、审慎周密的方式进行。

3. 康文署辖下公共博物馆的五年业务计划（二零一七至二二年度）

3.1 会员备悉拟议的五年业务计划，大致同意计划的内容。

4. 康文署辖下公共博物馆及艺术推广办事处二零一七至一八年度全年活动计划

4.1 委员提出以下建议：

- (a) 康文署可把已准备进行或计划推出的博物馆节目尽早告知委员，以助寻求赞助及社区支援；
- (b) 康文署应留意私营机构的财政预算周期，在适当时间寻求赞助；
- (c) 香港博物馆节及其他博物馆节目可采用主题形式进行；
- (d) 可考虑推出特别活动，大力推广文化及创意旅游；
- (e) 可加强与旅游业合作，吸引访港旅客入场参观；
- (f) 可筹办节目以配合本地的大型活动；
- (g) 康文署可运用破格思维编排博物馆活动；
- (h) 博物馆可采用生动有趣的节目名称以吸引更多参观者；
- (i) 博物馆举办特别节目时可考虑提供更多拍照点，增加节目对本地及海外观众的吸引力；
- (j) 可借助资讯科技，以互动形式展现博物馆节目的内容；
- (k) 康文署可透过互联网或社交媒体，引起学生参观博物馆的兴趣；以及
- (l) 康文署应邀请更多年轻艺术家参与博物馆活动。

4.2 康文署感谢委员的建议，并回应如下：

- (a) 署方会征询博物馆咨询委员会对各项博物馆节目长远规划的意见；
- (b) 策划博物馆节目时已考虑本地及中国元素，亦会按不同类别的观众群而特别设计不同的活动；
- (c) 从「城市艺裳计划：艺满阶梯」可见，署方乐意运用破格思维，把艺术带进社区；
- (d) 康文署辖下有不同的文化康乐设施，筹办主题活动时可集博物馆、图书馆、公共空间及其他场地之力，条件极为有利；以及
- (e) 署方与旅游发展局及其海外办事处长期合作，日后亦会与更多机构洽商合作事宜。

5. 二零一七至一九年度康文署博物馆建立品牌的工作

5.1 委员认为康文署：

- (a) 应决定建立品牌的目的是，为了建立康文署博物馆的整体形象，或各间博物馆的个别形象；
- (b) 应借鉴海外著名博物馆，为康文署博物馆营造长远持久的特色；
- (c) 为博物馆建立品牌及推出宣传计划前，应确定个别博物馆可如何配合；
- (d) 应广泛使用资讯科技及社交媒体，拓展更多目标观众；
- (e) 须留意珠江三角洲及台湾的博物馆均致力争取观众入场参观，故应找出康文署博物馆的优越之处及宣传重点，以及参观康文署博物馆的得益；
- (f) 为博物馆编排节目和进行推广时，应以本地元素为核心内容；
- (g) 举办的博物馆节目，应展呈外借展品与本地市民日常生活之间的关连；

(h) 应设计相关纪念品，配合即将举行的展览；以及

(i) 应与厂商合作生产授权商品，作为博物馆纪念品销售。

5.2 有委员指出，以馆长的形象为建立康文署博物馆品牌的起点，亦属合适，惟长远而言最终应以博物馆的特色为重点。

5.3 康文署感谢委员提出上述建议，并回应如下：

(a) 进行整体推广宣传工作时，虽然所有博物馆都会一并包括在内，不过在相对开阔的架构下进行宣传时，亦可展现个别博物馆的特色及特点；

(b) 不少市民仍把康文署博物馆视作由作风官僚的公务员所管理的政府机关，因此康文署采用以馆长代表博物馆的方式建立品牌。康文署博物馆的品牌策略可随时重新审视及调整；

(c) 目前建立品牌的方案，是透过突出馆长的角色来建立博物馆形象；在建立了亲切的形象后，重点便会转移往建立康文署博物馆品牌的整体形象。最终的目的，是建立香港的品牌；要达致这个目标，须结合旅游业及本地其他界别的力量；

(d) 每次为各间博物馆推出的展览和节目设计宣传策略时，会以该博物馆的理想、使命及信念为出发点，让品牌从中衍生；以及

(e) 博物馆一系列的纪念品销路未如理想，是因为没有举办展览或节目以作配合。署方已透过不同分销渠道增加销售点，亦正积极研究可否委聘授权代理执行纪念品销售项目。

6. 其他事项

6.1 委员备悉在博物馆举行的香港特区二十周年庆祝活动。

6.2 康文署简述过往讨论公共博物馆管治模式的背景资料后，建议稍后再议，让委员先细阅相关研究报告的内容及建议。委员就博物馆管治模式提出任何意见，署方均表欢迎。

6.3 委员就博物馆的管治模式，提出以下意见：

(a) 大众对博物馆服务的概念和期望，在过去十年间变化极大；

(b) 二零一零年当局成立艺术、历史及科学博物馆三个范畴的咨询委员会后，公共博物馆服务已显著改善，可见公共博物馆现行的管治模式方向正确。委员会提出的意见及建议，当局已一一考虑，并在适当情况下采纳实行；以及

(c) 此议题日后可于博物馆咨询委员会会议上讨论。

博物馆咨询委员会秘书处
二零一七年七月