

啟發無數設計 靈感的博物館： 英國倫敦V&A

文·圖一謝玉鈴

對於設計師或博物館迷而言，絕對不能錯過的博物館是拿下2016年英國年度最佳博物館獎的「維多利亞與阿爾伯特博物館」(Victoria and Albert Museum, 簡稱V&A), V&A究竟有何迷人之處?讓我們跟隨倫敦人的腳步回到1851年。

1851年10月7日當天英國倫敦海德公園內水晶宮(Crystal Palace)舉辦的萬國博覽會湧入約11萬參觀民眾。展示來自法國、德國、荷蘭……等30多個國家的工業產品，包括蒸氣機、輪轉印刷機、羅斯望遠鏡、桌上型電燈、附鬧鈴功能的時鐘、脫水機……等，在當時都是最新技術的產品。為期141天的展期，參觀總人次高達604萬(相當於英國當時三分之一的人口)，萬國博覽會時代隨即登上世界舞臺。

V&A蒐藏的基礎

倫敦萬國博覽會為英國設計師及製造商帶來莫大的啟發，並透過展示呈現最新技術及產品給社會大眾。博覽會結束後，阿爾伯特王子(Albert, Prince Consort)認為需要鼓勵並提高英國工業產品在國際上的設計力及競爭力，因此，將萬國博覽會的利潤投入南肯辛頓區的藝術設計和科學教育，於萬國博覽會隔年1852年成立南肯辛頓博物館(V&A的前身)。之後，為紀念維多利亞女王(Alexandrina Victoria)與阿爾伯特王子，更名為維多利亞與阿爾伯特博物館(圖1)，同時以5000英鎊購買了一批博覽會上的展示品，這批展示品成為日後V&A博物館蒐藏品的基礎，蒐藏品包括：家具、時尚、紡織、攝影、雕塑(圖2)、繪畫、珠寶、玻璃、陶瓷、書畫、亞洲藝術與設計、戲劇和藝術等，共計有230萬件蒐藏品。該館的家具常設展(Furniture Gallery)中(圖3)，展示超過200件，並橫跨600年的經典家具，許多知名英國設計師的作品都是收藏重點，包括18世紀著名的家具工匠大師Thomas Chippendale，以及近代設計師Ron Arad等人的作品。近幾年V&A更舉辦了服裝設計師Alexander McQueen及音樂家David Bowie的展覽，用最日常的流行文化主題(音樂、電影、設計)，以豐富且經典的藏品為基礎，用動人的方式展出，吸引了來自87個國家的觀眾，尤其是年輕的觀眾族群。另外，在「即時回應社會的蒐藏」(Rapid Response Collecting)常設展，展出世界上第一把由3D列印機列印出的手槍、香港雨傘運動中的雨傘、虛擬實境(VR)頭罩、絨毛娃娃……等劃時代的產物都成為V&A的蒐藏品。

世界上第一家博物館餐廳

光線透過彩繪玻璃窗進入室內，食物香味瀰漫在挑高的空間裡，營造出一種獨特的氛圍，1851年的V&A已經開始提供餐點給前來參觀的觀眾。當時博物館已經意識到來參觀的倫敦人，最需要的是一杯茶、麵包以及熱食餐點，於是V&A設立了全世界第一個提供餐點的博物館餐廳(圖4-5)，並使用煤氣照明於夜間開放。餐廳設置的最主要概



圖1 位於地鐵站內通往V&A的宣傳海報



圖2 展區引入自然光光源，雕塑展品呈現一種栩栩如生的存在感。



圖3 Furniture Gallery家具常設展

念是鼓勵社會大眾來博物館享受文化藝術，另外，也於戶外庭園提供輕食類的三明治，給喜愛陽光的觀眾於戶外享用。一百多年前的V&A已經看到觀眾的需求，並進而滿足觀眾的需求，有特色的餐廳很容易讓觀眾留下深刻的印象，即使是一杯香醇的咖啡、一塊美味可口的蛋糕，都能提供觀眾一個感官體驗的美好時光。

啟發無數設計靈感的蒐藏

V&A每年從政府獲得約55-60%的經費，其餘由館方自籌，自籌款有很大比率來自於商店的利潤，V&A商店由V&A企業有限公司(V&A Enterprises)經營，2016年年度淨利潤高達480萬英鎊，其利潤最後全數回歸至博物館蒐藏、研究、展示等運用，其目標為使V&A成為「在藝術、設計與表演藝術領域領導全世界的博物館」。除了V&A館內營運極佳的實體商店(圖6)，也推出線上商店，商品大致分為4類，包括：原創設計商品、授權合作商品、寄售商品及出版品。

- (一)原創設計商品：原創設計商品由零售部門直接設計及管理，其設計概念及靈感皆來自館藏，這類充滿博物館識別性並富有創意的V&A品牌商品(圖7)，佔所有商品數量的30%。
- (二)授權合作商品：授權合作包括品牌及圖像，這類商品為V&A授權合作夥伴(包括設計師、零售商以及製造商)所開發而成的商品，主要以V&A經典且豐富的藏品及整體品牌形象為靈感設計而成，包括文具、服飾、首飾、寢具用品……等多樣式居家用品，目前海外授權已超過70家，同時於2017年獲得LIMA(International Licensing Industry Merchandisers' Association)國際授權最佳藝術和設計品牌獎。
- (三)寄售商品：主要由V&A品牌採購人員在全球

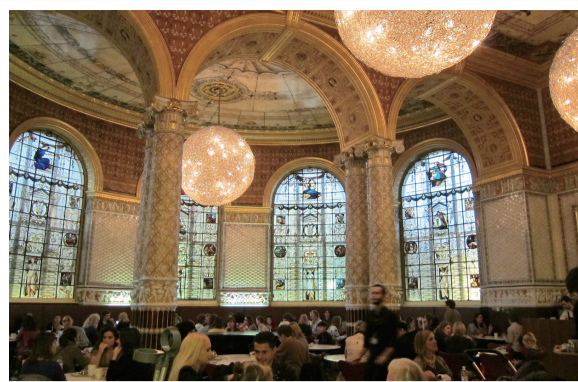


圖4 V&A餐廳提供英國經典點心—司康、咖啡、甜點、海鮮等排餐料理。



圖5 V&A戶外庭園輕食區



圖6 V&A商品高達2000多項，樣樣令人愛不釋手。



圖7 V&A品牌視覺識別由Alan Fletcher設計，採用優雅的襯字(Serifs)字體以視覺錯覺的設計原理呈現古典與現代的美感。



圖8 V&A商店成為新銳設計師發表新作品的有力平臺



圖9 由V&A首位駐館遊戲設計師Sophia George所設計的“Strawberry Thief”APP遊戲，上架首週就突破5萬次的下載，展現遊戲對年輕世代觀眾的影響力。

挑選與博物館形象相吻合的商品，以首飾製品為主，首飾設計師以博物館商店進行新品作品發表(圖8)，因而培養了眾多慕名而來的時尚粉絲來到博物館參觀及消費。

(四)出版品：V&A每年出版30本以上的新書，並授權多國語言的出版，其中以特展圖錄最為暢銷，學術研究及期刊雜誌也頗受歡迎。

擁有百年歷史的V&A，以經典藏品為中心向外擴散至觀眾的日常，從「文化」(經典藏品)、「創意」(文創商品以及流行文化主題展覽)、「科技」(數位遊戲)(圖9)、「人才」(設計師、零售商以及製造商)、「通路」(全球授權異業合作達70家)等5大面向為具體的鏈結點，以無形的文化為基礎，運用科技將人類的創意轉化為有形的商品及無形的創新服務於市場上流通，形成一個具有良好循環的文化消費模式。這些都是獨一無二的博物館參觀經驗，也是博物館獲得觀眾再度青睞的最佳策略。■