

世界頂尖博物館 的美學經濟

從MOMA、羅浮宮、
古根漢到故宮，
看22個TOP美感行銷的創新思維



劉惠媛 [著]
章光和 [攝影]

Old is New!
博物館學 + 建築 + 設計的美學驚嘆號！

- * 專家導覽，深入窺看博物館感動人心的祕密與故事。
- * 從關鍵推手、建築特色、熱門展品到行銷傳奇，帶你看懂藝術行銷的門道。
- * 洞察全球趨勢，看22個博物館美學經濟的經典案例。



- 古根漢的分館經營有何創舉？有何起落？
- 老博物館如何重生，找到未來競爭力？
- 廢棄發電廠如何翻身一變，成為新興藝術區？
- MoMA如何成功管理，完成我們「這個時代最龐大的

為什麼Old is New？為什麼印象中典藏老舊東西的博物館，仍然在今日風靡這麼多的觀眾？這些世界上最頂尖的博物館是如何做到的？他們如何營造未來、感動觀眾，讓人們從中找到未來美好生活的新靈感？

本書不同一般走馬看花的博物館導覽書，作者劉惠媛是國內經營博物館的專家，她以專業人的視野，挑出22間世界最頂尖的一流博物館，從關鍵推手、建築特色、熱門展品到行銷傳奇，帶我們深入窺看博物館背後的美感經營與美學深度，體驗世界頂尖博物館感動人心的祕密。

The Aesthetics of Museum

它們感動人心的祕密

巴黎・羅浮宮

高科技建造的金字塔，成功注入新的生命力，證明偉大的藝術形式最經得起時間的考驗。

紐約・大都會博物館

館長如CEO，展現募款長才，專業領導。在館內重建埃及神廟，讓人身歷其境，重回歷史現場。

紐約・古根漢美術館

館長如企業家，相信品牌力量，在紐約、畢爾包、威尼斯、柏林、阿布達比陸續開設跨國經營的藝術事業。

台北・故宮

一所古老的美術學校，對還沒有真正認識故宮的朋友而言，新的發現不在新的風景，而在新的眼光。

紐約・現代美術館

掌握了發言權，就能創造和改寫歷史。現代美術館可說是美國最成功、最具前瞻性的作品。

倫敦・泰德現代館

將廢棄發電廠，改建成新的現代館，既尊重歷史又開創新契機，成為改建最少的新興藝術區。

洛杉磯・蓋蒂博物館

巧妙融合「遊戲」與「娛樂」取向的文化生態，以「教育」為圓心，創造了一個新的主題樂園。

東京・江戶博物館

為觀眾創造了一個好的「接觸點」，以一座真實比例「江戶橋」，展開整個「歷史散步」的動線。

ISBN 978-986-6408-06-9



9 789866 408069



00380

ISBN 978-986-6408-06-9 FA0007 NTS380



大雁出版基地

100
原點

世界頂尖博物館的美學經濟／劉惠媛 著；
章光和 攝影。—初版。—臺北市：原點出版；
大雁文化發行，2009〔民96〕192面：17
×23公分

ISBN 978-986-6408-06-9（平裝）

1. 博物館 2. 美術館 3. 博物館管理
4. 博物館行銷

069.1

98011901

世界頂尖博物館的美學經濟
THE AESTHETICS OF MUSEUM

原名：博物館的美學經濟

作者 劉惠媛
攝影 章光和
美術設計 徐鈺雯 王志弘
封面設計 有樂家 urk design
校對 林秋芬
企劃編輯 葛雅茜

總編輯 葛雅茜
副總編輯 鄭俊平
發行人 蘇拾平

出版 原點出版 UNI-BOOKS
台北市中正區重慶南路一段121號5樓之12
電話：02-2311-3678 傳真：02-2311-3635
發行 大雁文化事業股份有限公司
台北市中正區重慶南路一段121號5樓之10
24小時傳真服務：02-2375-5637
讀者服務信箱：andbooks@andbooks.com.tw
劃撥帳號：1998-3379
戶名：大雁文化事業股份有限公司
香港發行 大雁(香港)出版基地·里人文化
地址：香港荃灣橫龍街78號正好工業大廈25樓A室
電話：852-24192288 傳真：852-24191887
Email：anyone@biznetvigator.com

初版一刷 2009年7月 定價：NT\$380
ISBN 978-986-6408-06-9
版權所有·翻印必究 PRINTED IN TAIWAN
ALL RIGHTS RESERVED



THE AESTHETICS OF **MUSEUM**

世界頂尖博物館的美學經濟

劉惠媛 著 | 章光和 攝影



	推薦序	
6	面對博物館的時代變局	漢寶德
7	美感訴求與博物館經營	劉維公
8	書寫博物館的美學深度	南方朔
	自序	
10	博物館演化論——深度且優雅的文化行銷	劉惠媛

美學殿堂 | ESSENTIAL PALACE

14	大英博物館 倫敦——人類文明的文化寶庫 THE BRITISH MUSEUM LONDON
24	羅浮宮 巴黎——法蘭西的宮廷榮光 THE MUSÉE DU LOUVRE PARIS
32	大都會博物館 紐約——民主大國的藝術宮殿 THE METROPOLITAN MUSEUM OF ART NEW YORK
40	艾爾米塔齊美術館 聖彼得堡——沙皇皇室的宮廷遺珍 THE STATE HERMITAGE MUSEUM ST. PETERSBURG
48	國立故宮博物院 台北——華夏歷史的文化傳承 NATIONAL PALACE MUSEUM TAIPEI

美學競技場 | EPOCHAL HIPPODROME

58	泰德現代館 倫敦——英國新藝術的發電廠 TATE MODERN LONDON
66	現代美術館 紐約——改寫現代藝術的推手 THE MUSEUM OF MODERN ART NEW YORK
76	古根漢分館 拉斯維加斯——跨國經營的人氣美術館 GUGGENHEIM HERMITAGE MUSEUM LAS VEGAS
86	當代藝術館 尼斯——未來的博物館創意 MUSÉE D'ART MODERN ET D'ART CONTEMPORAIN NICE
94	東京都現代美術館 東京——為明天而收藏的未來競爭力 MUSEUM OF CONTEMPORARY ART TOKYO TOKYO

美學廣場 | DIVERTIVE AGORA

106	江戸博物館 東京——穿越時空的歷史橋樑 EDO-TOKYO MUSEUM TOKYO
116	米博物館 東京——小而美的生活文化行銷 GOHAN MUSEUM TOKYO
120	東京都寫真美術館 東京——攝影的殿堂・影像的學校 TOKYO METROPOLITAN MUSEUM OF PHOTOGRAPHY TOKYO

美學花園 | ARTISTIC GARDEN

- 130 **馬蒂斯美術館 | 尼斯**——奢華、寧靜與享樂
MUSÉE MATISSE | NICE
- 136 **夏卡爾美術館 | 尼斯**——帶著鄉愁的幸福靈光
MUSÉE NATIONAL MESSAGE BIBLIQUE MARC CHAGALL | NICE
- 142 **梵谷美術館 | 阿姆斯特丹**——陽光、瘋狂與美麗
VAN GOGH MUSEUM | AMSTERDAM
- 148 **泰德英國館 | 倫敦**——維多利亞詩人與藝術家的美麗天堂
TATE BRITAIN | LONDON
- 152 **小皇宮美術館 | 亞維農**——不容錯過的亞維農聖母頌
MUSÉE DU PETIT PALAIS | AVIGNON

美學桂冠 | MAJESTIC COGNOSCENTE

- 160 **蓋帝美術館 | 洛杉磯**——以教育為圓心的藝術樂園
J. PAUL GETTY MUSEUM | LOS ANGELES
- 166 **橘園美術館 | 巴黎**——收藏家的桂冠
MUSÉE DE L'ORANGERIE | PARIS
- 174 **原美術館 | 東京**——堅持自我的收藏王國
HARA MUSEUM OF CONTEMPORARY ART | TOKYO
- 182 **華達琉美術館 | 東京**——另類的幸福所在
THE WATARI MUSEUM OF CONTEMPORARY ART | TOKYO

EPISODE.....

- 20 埃及神話與西方藝術史的淵源
- 30 普魯斯特的羅浮宮參觀建議
- 53 誰的故宮十大國寶？
- 91 蔚藍海岸的美術之旅
- 173 紀庸與美國收藏怪傑柏恩斯的故事

TREND.....

- 23 何謂環球博物館？
- 55 博物館的未來競爭力
- 72 MoMA的藝術管理新策略
- 75 主流與非主流美術館的結盟
- 97 新博物館BOBO族
- 151 英國泰德新舊館之爭
- 157 文化V.S.觀光

VIEWPOINT.....

- 60 博物館建築師應知的二三事
- 83 藝術大展的商業迷思與省思
- 84 古根漢分館的經營起落
- 102 博物館的行銷策略
- 114 當博物館變成一部活歷史
- 119 什麼是好的展覽設計？
- 134 藝術遺產該捐給誰？
- 164 有效利用博物館的教育資源

INTERVIEW.....

- 38 大都曾博物館館長側寫
- 181 一座美術館，一個精彩的人生

後記

- 190 歡迎加入繆斯共和國

漢寶德

對於博物館人來說，「美學經濟」是一個很聳動的名稱，說得平實一點，應該就是以美感行銷的意思吧！經濟也罷！行銷也罷！談到這些，總免不了使老一代的博物館人心酸。時代變了，以高級文化衛士自許的博物館工作者，開口閉口談起錢來，怎不令人悵然！

美，真的會成為行銷的貨品嗎？

真的，因為愛美是人類的天性，只是在過去，美被上流社會的藝術觀所綁架，使一般大眾只能敬而遠之而已。二十世紀中葉以後，藝術的高貴魔咒被解除，中產階級逐漸成為藝術的愛好者。美術館因此而脫胎換骨。在各類博物館中，原本以科學博物館最受大眾歡迎，相形之下，美術館只是紳士們會面的高級俱樂部。誰知道到了八十年代，美術館開始有人排隊買票呢？而最能吸引人氣的展覽不再是恐龍，而是大藝術家作品或古代文物的超級大展呢！

博物館原本是不在乎觀眾的，他們靠的是政府的補助與資本家的捐助。可是由於種種社會變遷的因素，他們忽然發現補助與捐助無法支付日漸膨脹的花費，他們必須自己想辦法去補經費的缺口。錢，不再是你願不願意談的問題，而是必須面對的問題，於是非把博物館當生意做不可了。

民眾願意排隊買票是一個契機，還不夠，必須把更多的休閒飢渴的大眾吸引過來，必須與眾多的遊樂設施競爭。博物館必須一再的降低姿態，幾乎把自己視同一般的商場來經營。慢慢的，禮品店、咖啡館、餐廳逐漸擴大，顧客超過了展場的訪客。有人不免想，這樣辦美術館不是自欺欺人嗎？

這不成，博物館行銷是指行銷博物館的內容。要行銷美，不是行銷咖啡。所以當代的博物館回到本位，在美與好奇心上做文章。在藝術品之外，當代的愛美族喜歡眩目的建築空間。因此喜歡搞怪的建築師就大行其道了。歷史上從來沒有一個時代，建築的想像力在博物館空間上全面解放。為了開發觀眾的好奇心，策展者想出千奇百怪的題目，把博物館經營成令人驚嘆不已的展示場所。今天的觀眾不耐安靜，非動手動腳不可，所以體驗式展示就成為賣點了。這一切，使博物館這一行全面變色了。

惠媛是有藝術史背景的博物館人。她走遍天下，看了那麼多世界知名的博物館，要把她的經驗告訴大家，配上精采的圖片，已經很有看頭了。如今原點出版社，要她自經營的觀點，重新審視這些館的資料，對於很想瞭解博物館發展新趨勢的讀者，是特別有意義的。面對時代的大變局，要怎樣在文化的維護與商業經營之間取得平衡，並另創新局呢？看看別人成功的經驗吧！

劉維公

惠媛是現今台灣博物館界備受肯定的專業人士。認識她已經有一段時間，在每次的聚會言談中，都可以感受到她對博物館或是藝文發展的關心與熱情。所以當她邀請我為她的書寫序的時候，我毫不猶豫就答應了。對我來說，為讀者推薦一本具有豐富內涵的博物館專書，不僅是一項榮譽，更是一種責任，因為台灣博物館的發展需要更多人的支持。

雖然本書是一本重新出版的書，但有了更為精準的定位：它是惠媛全球博物館美學經濟的考察報告書。近年來博物館的發展出現了相當大的變化，同時也引發了相當多的討論，對於博物館的發展方向，提出彼此相當不一致的看法。有人憂心地認為，博物館的發展面臨重大的危機，但有人則是樂觀地主張，新紀元的博物館營運模式逐漸形成。造成這些爭議的核心關鍵因素有很多，但是博物館的商業化絕對是其中非常重要的一項。商業化的作為改變了博物館非營利的特質，博物館以市場的角度去考量其營運的方式，包括策展主題的設定、行銷手法的運用、周邊商品的開發等，而談論營利收益不再是博物館的禁忌，甚至變成是衡量其營運績效的判準之一。

我們往往會以營利／非營利二元對立的思考模式，去看待博物館商業化的發展趨勢。然而，惠媛的這本書則是跳脫這樣狹隘的僵局，而是中肯的提出她的分析與看法，沒有為新興五花八門的現象沖昏了頭，也不會自怨自艾地感傷博物館傳統的消逝。在這本書中，讀者將可以看到當今博物館美學經濟發展的基本樣貌。透過精美的影像圖片，以及細心的內容編輯，世界各國在博物館美學經濟上的經典案例一一呈現在讀者的眼前。

博物館已經是當代美學經濟的重要一環。以美感做為訴求的博物館，不論是運用博物館建築空間的美學，或是主題活動的內容，往往都能夠造成民眾參觀的熱潮。博物館已經是現代人追求美感體驗的目標場域，其重要性絕對不輸於一般消費的購物中心。現今博物館的資產不再只是奠基於收藏、研究、教育等功能，一個有美感訴求的博物館，將更具有驚人的發展能量。越來越多的文化消費者想要在博物館中獲得美感的享受，擁有其他消費場域所沒有的幸福感覺。LOHAS (lifestyles of health and sustainability) 的生活風格群體即是典型的例子，他們是文化觀光的重度行動者。博物館應該要積極回應這樣強烈的需求，將其納為博物館發展的基礎。

將美學經濟的思維與作法導入博物館的營運模式之中，人們還是會有不少的疑慮。但是，也許我們可以將發展議題回歸到一個基準點之上：那就是美感創新。不管是否要博物館產業化或是商業化，美感創新都是必要的。博物館必須強化其美感創新的能力，才能持續地為民眾提供高質感的美感產品與服務。相對於台灣博物館普遍缺乏美感創新的能力，從惠媛的書中，我們將會看到，國外的博物館致力於美感的創新，創造出來其令人驚豔的美學經濟價值。這本書寶貴的地方，不僅在於它可以當作是一本增長見聞、文化觀光的指南，同時也是現今美感創新發展的案例手冊。它絕對是一本相當值得推薦的書。

南方朔

十多年前，當南美洲大國阿根廷每下愈況，動亂頻仍之際，《紐約時報雜誌》曾為這個國家做了一期專號。

在那個專號裡，有一個主要論旨：阿根廷這麼大的一個國家，以及很有特色的首都布宜諾斯艾利斯，居然沒有歷史博物館、美術館或國家畫廊。因此，這是個沒有過去，從而也就沒有未來的地方。由於缺少了共同記憶的聯繫，「活著」遂成了僅有的目標，而為了「活著」，彼此爭奪則是唯一的生存方式。於是，一個百年前還是全球第六大而富的國家，遂一步步的往下跌落，到了今天，它已快到了云云列國的最底層。

而由阿根廷的沒有歷史博物館、美術館，和國家畫廊，就讓人想到華府在白宮及國會山莊間那一大片土地上的「國家自然史博物館」、「國家航太博物館」、「國家畫廊」……等博物館及美術館。它幾乎全都由美國豪富們捐錢興造，而後組合了一個由副總統領銜的管理組織「史密斯學會」(Smithsonian Institution)加以運作管理，其規模則不斷擴大，「甘迺迪表演藝術中心」也在其中。「史密斯學會」所轄的龐大建築群，是地標，是記憶，也是宏圖及願景。

由阿根廷和美國華府的對比，當我們到一個國家的大城市去遊歷或參訪，除了看它的民情風俗，更重要的，毋寧是去看歷史博物館及美術館。這些建築物乃是所謂的「文獻式建築物」(Documentary Architecture)，從它的外形到內涵，都是一個個被攤開的文本，上面書寫著這個國家及城市的記憶、傷痕、想像、遺留的智慧和愚蠢，以及願景等。博物館和美術館的厚度，也就是那個國家及城市的生命及文化厚度。

因此，每當有機會出國，我最感興趣、也最熱衷的，就是到歷史博物館及美術館，那是最便宜的觀光旅行，短短的半天或一天，就能穿梭過一個文明，並讓自己在旅行中對別人別國多出許多理解和感觸。在這個意義上，史博館及美術館，未嘗不可以說是一個對話平台，你和它在這裡相看，今與古也在此互望。

惠媛是個別具胸懷的專業藝術工作者，除了本身在做的藝術評論、推廣和研究外，她也喜歡到全世界做她那種很獨特的藝術旅行，並將心得寫出來與人分享。

這都是她藝術旅行的觀感和心得。她很獨特，因為作者的她，在藝術旅行時有一顆非常不同的心。她不是去「看」博物館或美術館，而是像法國詩人波特萊爾，或德國最後文人班雅明那樣的去「閒逛」(Flâneur)，那是一種用「心」去看。當她把「心」帶到博物館和美術館，她帶回來給我們的，也就是一副不同的眼睛。

當惠媛最先請我寫推薦文時，我還以為這只不過是本導覽式的藝術旅行書。但看著看著，我卻慢慢的斂容以對。她寫了二十二個博物館及美術館，從最享盛名的羅浮宮、大英博物館，到蘇聯瓦解後才被人知曉並為之驚艷的聖彼得堡艾爾米塔齊美術館，一直寫到當代最具爭議性的古根漢美術館拉斯維加斯分館、倫敦泰德現代館，以及最小的東京米博物館。

她的每篇文章都是「閒逛」，把「心」放了進去，因而遂能有非常不同

的具有厚度的心得。她在做的，其實已不是藝術旅行了，而是博物館及美術館的文化藝術觀察。以前我讀波特萊爾寫他「閒逛」下的巴黎、班雅明「閒逛」下的巴黎廊柱，都頗受感奮，而今看惠媛寫她的「閒逛」，也能體會到她那份與眾不同的靈心。

讀完這本書，我忽然興起一個狂想，將來如果能夠，我一定會想呼朋引伴，而後央請惠媛帶著我們去看博物館和美術館，那一定會是非常不同的智性與感性旅程。

是為鄭重推薦序。

劉惠媛

當編輯雅茜來電說出版社決定再次改版發行這本書時，正忙著進行台灣全國博物館的普查計畫的我，一時間無法意會，要過了整整一天，喜悅的泡泡，才慢慢打從心底冒出來。《繆斯共和國》最初是由田園城市出版，2007年原點出版社修訂後改版為《博物館的美學經濟》。這本小書能一而再地獲得讀者親睽，可能只是碰巧我在書中指出了某一條林間小路，而聰明的讀者們，自己發現了整座森林，出發去探索，就愛上博物館世界的無窮奧秘。

即使到今天，包括我在內仍有許多人不習慣把經濟的消費與美學的賞析，看成一體的兩面。對藝術教育者而言，美學的價值當然遠超過藝術品交易的價值。雖然大家都有藝術「價值」不等同於「價錢」的共識，但有趣的是「賞析」(appreciation)這個字的拉丁原文就具有「價錢」(prex)的意思。只不過長期以來，除了拍賣現場之外，大家都不直接問這幅名畫或珍品價值多少錢？好像同時「談美與錢」是一種文化禁忌。

一流事業 V.S. 一門好生意

近年來全球博物館、美術館展覽「商業化」、「迪斯奈化」的爭議越演越烈。過去，由於博物館的學術傳統著重推動教育、典藏和研究、展覽與設計這些重要的領域。相對地，關於博物館在經營管理和募款、公關行銷和市場，以及未來可能因為授權和開發商品衍生的利益和經濟活動，大多是關起門來談。坦白說，在真實世界裡，即使像美國大都會博物館或法國羅浮宮這類的超級巨星，也都還無法光靠門票收入維持博物館的基本運作。更不用說，受到全球金融海嘯的影響，2008年起許多優秀的館舍，都難逃裁員或縮減預算的命運。

例如阿拉伯世界最引人注目的快樂島超級計畫，不惜鉅資邀請四位名建築師：法國的尚·努維爾設計羅浮分館，日本的安藤忠雄設計海事博物館、美國的法蘭克·蓋瑞設計古根漢美術館，以及英國女建築師札哈·哈蒂所設計的表演藝術中心。整支計畫是否能如期在2012年完工呢？「文化與藝術」是最需要時間成本的投資，博物館是一流的事業，卻從來就不是一門好生意。

城市的最佳歷史代言人

博物館，清楚地標示著一個國家、城市與文化的獨特性與優越性。古老歐洲，各自競奇的博物館，綻放於各大小城市之中，除了對各個城市的文化、經濟發展帶來重要的提升力量，也為城市塑造了文明舞台上舉足輕重的地位。事實上，我在書中所介紹的世界級博物館和美術館，有些展示了當地獨特的歷史與文化資產，有些重建或增建後成為當地的地標，有些老舊空間再利用的美術館，建築之美都足以成為城市的櫥窗。而且各式各樣博物館的文物之美均可以成為「城市的最佳歷史代言人」。目前各國的政府都很重視也清楚博物館的品牌效應，雖然它本身是不會賺錢的，但博物館所帶來的國際知名度和觀光收益卻非常值得期待。

換句話說：阿布達比劃時代的創舉，是希望將阿拉伯大公國的首都阿布達比，打造成新的「主題樂園」，藉由建造世界一流博物館的分館，塑造文化觀光景點，善用博物館的特色，行銷阿布達比這個未來的超級城市。我猜想無論中東的快樂島計畫未來能否實現，這個創意的決策者懷抱夢想，都做了一個比建造杜拜帆船飯店，還要名貴的決定。

「參觀」與「消費」並重的生活美學體驗

過去凡藝術品進入博物館後，就好像退休了。今天在美麗而有趣的禮品店，這些退休的藝術品，都變成了國際時尚設計師靈感的圖庫和資料庫。從過去到未來，博物館一直是全世界最有潛力、最富裕的影像銀行。

博物館的禮品店一直是最受人們喜愛的設施，也是博物館重要的經濟來源。就教育性、趣味性和稀有性而言，這些紀念品不止可以供人回憶，也有助於美的教育，無形中讓人們在博物館的經驗更多元豐富。時勢所趨，現在各大博物館從館長到研究員，展示設計到教育工作者，都希望創造與觀眾溝通的機會，延長觀眾停留時間，好加強一般社會大眾全面性的「博物館經驗」。

目前已經有許多世界級的大博物館，對於只前來購物的觀眾不收費。而新世紀的建築師，對於觀眾的「參觀」和「消費」行為均用心觀察與研究，以期能更有效地規劃出舒適合宜的動線。他們通常會把光潔明亮的禮品店，開設在大門入口或近大街的一樓，櫥窗設計在容易被看見的地方，好向路人招手。相反地，選擇把精緻的咖啡館或餐廳，開設在中庭或花園角落，好讓觀眾舒服自在地休憩。例如紐約現代美術館就是又有中庭花園又有一流的藝術書店，還有一家設計品牌的專門店。大都會博物館首開風氣之先，除了館內設有多家禮品店，在紐約的高級百貨公司都設有專櫃。連近來改建完成的故宮博物院，也推陳出新因應時代發展的趨勢，將禮品店的設計規劃視為重要的入口設施，還增建新餐廳。

事實上，博物館(museum)和娛樂(amusement)兩個字的字根也有其淵源！有趣的是從希臘繆斯女神(Muse)到阿布達比的快樂島，從古典到新貴，無疑大家對博物館的定義和期待也越來越寬廣多元了。在博物館裡，我時常因為重新「發現」而快樂，希望這本書的讀者也是。

ESSENTIAL PALACE

美學殿堂



THE BRITISH MUSEUM | LONDON

大英博物館 | 倫敦

THE MUSÉE DU LOUVRE | PARIS

羅浮宮 | 巴黎

THE METROPOLITAN MUSEUM OF ART | NEW YORK

大都會博物館 | 紐約

THE STATE HERMITAGE MUSEUM | ST. PETERSBURG

艾爾米塔齊美術館 | 聖彼得堡

NATIONAL PALACE MUSEUM | TAIPEI

國立故宮博物院 | 台北

THE BRITISH MUSEUM

LONDON

大英博物館 | 倫敦

人類文明的文化寶庫

成立背景 英國最重要的博物館，成立於1753年，1759年開始對外開放。

建築特色 原希臘式的古典建築面臨現代化需求，於1994年籌備改建計畫，由英國建築師諾曼·佛斯特負責，巧妙利用自然光，將圖書館中庭一改而成舒適的休憩空間。

館場規模 除博物館外，多功能中庭提供餐廳、咖啡、廁所、閱覽及紀念品販售部等服務，另有古老圖書館區，改建部分新增教育中心，可提供一千五百名學童使用，地下室設有考古室、兩個視聽中心、五間講堂及一個開放式的活動空間。

收藏之最 典藏範圍涵蓋了古埃及、希臘、亞述、歐洲古代和中世紀時期，以及中國、日本等東方部門，此外也藏有版畫和錢幣等。

熱門展品 擁有眾多難得一見、精采豐富的埃及文物。

鎮館之寶為埃及的《阿尼的死亡之書》及雅典國寶帕得嫩神廟的浮雕。

行銷傳奇 大中庭改建計畫，館方以空間規劃宣示將「服務觀眾」的精神，納入博物館未來的經營理念。



GENERAL INFORMATION

WEBSITE: www.british-museum.org

ADD: Great Russell Street, London WC1B 3DG

TEL: +44-0-20-7323-8299

OPENING HOURS

博物館 | GALLERIES

Open daily 10:00-17:30

大中庭 | GREAT COURT

Sunday, Monday, Tuesday, Wednesday 9:00-18:00

Thursday, Friday, Saturday 9:00-23:00

圖書館 | PAUL HAMLYN LIBRARY

Saturday-Wednesday 10:00-17:30

Thursday 10:00-20:30 / Friday 12:00-20:30

