

見微知著—— 淺談《故宮展覽通訊》視覺形式與內容訊息之演變

■ 黃正和

《國立故宮博物院展覽通訊》（以下簡稱《故宮展覽通訊》），自1969年11月發行至今，已歷經五十三個年頭了。拜科技之賜，網路蓬勃發達，資訊獲取唾手可得。於是，今年2021年7月起，《故宮展覽通訊》停止紙本印製；又自本年10月起，全面停止發行，從此《故宮展覽通訊》畫下休止符，步入故宮歷史。值此，筆者利用這個時間的轉折點，將過去發行的展覽通訊做一梳理，除了為走過的軌跡留下紀錄，同時，也在抽絲剝繭中，覓得國立故宮博物院（以下簡稱故宮）許多大事，又窺見與觀眾互動的演變，不覺會心莞爾。本文依據的資料非擷取院史記載，僅就《故宮展覽通訊》中所提及之內容，概略敘述一斑。

隨著經濟發展，娛樂與休閒活動成為人們生活重心的一部分，並且以多樣化形式不斷發展著，這或多或少都為博物館帶來新的挑戰，也使得博物館勢必要思考如何提供優質服務，讓參觀者滿意，並與普羅大眾緊密連結。為達到博物館開放與普世化的目標，¹除了內部軟硬體完善的規劃與供應之外，也常以加值服務、各式活動、巡迴展覽等多元形式，極力拓展宣揚館內豐富的蘊藏。因此博物館有越來越多的豐富資訊，需要傳遞告知社會大眾。

博物館資訊傳遞的方式，從早期單純的紙本媒介，到現今數位世代線上多元的平臺管道，皆可傳達所欲告知大眾的訊息。而其中最能呈現資訊演變歷程的，就是紙本媒介中定期發刊的新消息刊物，「通訊」（Newsletter）即扮演了如此的角色，因為它是定期發刊，所以各期發布的訊息，可經由分析組合，梳理出許多更迭的脈絡。在故宮，

這樣的刊物即為《故宮展覽通訊》。而「通訊」這個名稱在本院發行的出版品中，也有並行採用過，因此筆者在此，先就本院曾經發行的定期紙本刊物種類及簡歷，做一釐清與說明。

故宮定期刊物發行簡歷

本院於1965年11月正式開放對外展覽，隔年（1966年）開始發行定期刊物。若以長期穩定發行之紙本刊物來看，可分為兩類：一為學術研究導向，二為社教推廣導向。《故宮通訊》、《故宮季刊》屬於第一類，皆為1966年發行。《故宮通訊》為英文雙月刊（今日稱為《故宮英文年刊》），同時刊載文物研究論文與展覽訊息。《故宮季刊》為中文刊物（1983年改稱為《故宮學術季刊》），刊載國內外學術論文與藝術史料。而《故宮簡訊》、《故宮展覽通訊》屬於第二類，目標群是一般社會民

表二 《故宮展覽通訊》視覺設計演變階段

作者製表

階段一 1969年11月起	階段二 1981年1月起	階段三 1985年4月起	階段四 1989年7月起	階段五 2005年1月起
				
1969年 1-1期封面	1981年 13-1期封面	1985年 16-12期封面	1989年 21-3期封面	2005年 37-1期封面

資料來源：展示服務處提供 作者翻攝

眾。1980年4月《故宮簡訊》發行，早期是記載國內外藝文消息以及介紹本院文物、同仁進修與研究活動等訊息，後來轉變發展為今日的《故宮文物月刊》。1969年11月，《故宮展覽通訊》發行，一直以來都以數頁的篇幅，介紹最新展覽與活動資訊，成為故宮當時唯一向社會大眾傳達資訊的刊物。（筆者整理上述刊物簡歷如表一）

表一 故宮定期刊物簡歷（以長期穩定發行之刊物為例）

作者製表

屬性	刊名		
學術研究	昔	故宮通訊	故宮季刊
	今	故宮英文年刊	故宮學術季刊
社教推廣	昔	故宮簡訊	故宮展覽通訊
	今	故宮文物月刊	

《故宮展覽通訊》的演變

《故宮展覽通訊》，它曾是故宮最新資訊傳達與發佈的唯一載具。放眼觀去，此刊物記載歷年來故宮的各類訊息，一薄本薄薄的摺頁，娓娓道出故宮蛻變的歷程，所謂「一沙一世界，一花一天堂」，它也是故宮大事的縮影。在此，筆者將手邊歷年的《故宮展覽通訊》紙本，逐一抽絲剝繭，從「形式：視覺設計的變化軌跡」以及「內容：單元與事件」兩個面向，剖析此媒介物的演變，並從中回顧故宮半世紀來的一些大事紀。

一、形式：視覺設計的變化軌跡

一本刊物包含封面、封底以及內頁三部分。而「封面」對讀者而言，有著第一眼最直覺、最強烈的印象，因此，筆者先以構成封面二元素：「圖片」與「刊名標題字」的變化，作為《故宮展覽通訊》視覺設計演變區分的衡量基準，據此明顯分為五個階段（表二）：

以下將針對上述視覺設計的五階段變化，

以及與視覺形式有關的要項，進一步解構與整理：

(一) 封面：圖片、刊名標題字

「圖片」是封面最為吸睛的亮點所在。第一階段中的封面設計，圖片雖是主體，但它版面是由標題字、圖片、內文所構成，大約以 1 : 2 : 2 的比例，上下分割的方式呈現；自 1981 年 1 月起（13-1 期），封面改為單純由圖片構成，說明文字全數移至內頁；第三階段與第四階段的封面又回到一開始的留白風格，不管是上下留白還是四周留白，設計風貌都是素雅極簡的；2005 年 1 月起，進入一直沿用至今的第五階段風格，此階段的視覺設計，特別委請設計師全面改版，整個版型搭配了色塊的使用，具有明快的現代感。

「刊名標題字」是封面的精神所在。因著字型的不同，浮現更細緻的差異，筆者整理出《故宮展覽通訊》刊名標題字歷經的七種變化。（表三）第一階段的標題字，顯露時代性的美學特色：類似早期電影海報的復古風格，標題字以大面積呈現；第二階段為印刷體字（英文黑體、中文明體），若與各階段相比，這階段的標題字是以低調小面積來呈現；自 1989 年 7 月（21-3 期）起進入第三階段，中文標題字開始置換為故宮 logo 標準字，這七個字是許郭璜先生所題之歐體字，此七字也一直做為故宮 logo 標準字至今，英文字則持續保有印刷體樣式；接下來的幾期有個特別現象：標題字一度返樸歸簡，回到了中英文皆為印刷體字的階段（中文

表三 《故宮展覽通訊》刊名標題字各階段演變

作者製表

階段	刊名標題字設計	年份與期別
1		1969年至1980年 1-1期至12-12期
2		1981年至1989年 13-1期至21-2期
3		1989年至1992年 21-3期至24-3期
4		1992年至1999年 24-4期至31-1期
5		1999年至2000年 31-2期至32-4期
6		2001年2004年 33-1期至36-4期
7		2005年至2021年 37-1期至53-3期

標題字如紅圈處



圖1 黑白純文字內頁 取自國立故宮博物院編，《故宮展覽通訊》，2-6期，1970年4月，頁2。



圖2 彩色圖文並茂內頁 取自國立故宮博物院編，《故宮展覽通訊》，17-1期，1985年7~9月，頁12。

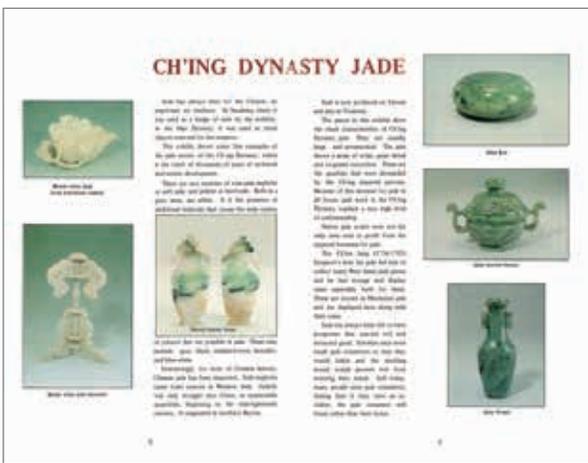


圖3 雙欄文字版式 取自國立故宮博物院編，《故宮展覽通訊》，18-2期，1986年4~6月，頁3-4。



圖4 單欄文字版式 取自國立故宮博物院編，《故宮展覽通訊》，22-2期，1990年1~3月，頁4-5。

楷體、英文明體)；自1999年4月(31-2期)起中文標題字又恢復為前述許先生所題之故宮 logo 標準字，但這時期多了裝飾線條的特色，讓中英文字的排列搭配更具設計感，也順勢提升了文字的注目性；另外，特別值得一述的是，2001至2004這兩年(33-1期至36-4期)，標題字做了特殊改變，這次不是在字體設計上，而是把名稱做了改變：由「展覽通訊」改為「通訊」二字；2005年1月起，標題字進入最後一階段的演變，因為全面改版，此時的標題字更有鮮明特色，中英文各自獨立，分別於文字下

壓了色塊，英文更以直式排列帶出現代感。

(二) 內頁版型

內頁是資訊的主體，在內頁的版型設計裡，也可看到許多演變的痕跡。首先，圖文分配方式從發刊1969年起至1980年，約略十一年頭皆是以黑白純文字為主(圖1)，1981年開始加入許多彩色文物圖片，從此進展為圖文並茂呈現。(圖2)

此外，從發刊1969年到1999年，文字欄位排版多以雙欄做為主架構(圖3)，但曾經仍有一段期間是以單欄(圖4)方式呈現，兩者的



圖5 文物去背設計之圖文排版 取自國立故宮博物院編，《故宮展覽通訊》，31-2期，1999年4~6月，頁1-2。

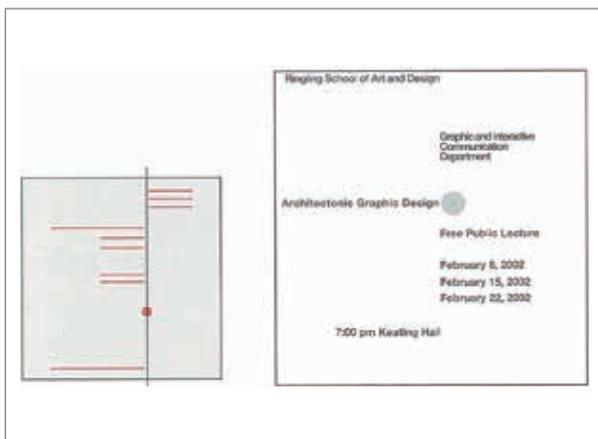


圖6 軸線式系統版面架構 取自《MY DESY》：<https://www.mydesy.com/face-map>，檢索日期：2021年7月20日。



圖7 軸線式系統版面呈現 取自國立故宮博物院編，《故宮展覽通訊》，33-2期，2001年4~6月，頁5-6。

排版方式都是在垂直或水平的架構中來進行設計。直至1999年(31-2期)，整個內頁的版型設計有了較嶄新的突破，文物圖片輔以去背樣貌，以較自由的方式融入文字中，打破垂直與水平的隱形格線限制。(圖5)這時期內頁單元標題字的下方，亦加襯紅色色塊，除了帶有裝飾意味外，更加强了單元分類的注目性。2001年起(33-2期)，內頁版型又回到了垂直水平架構，可看到以軸線式系統來布局的版面設計，軸線的一側為文字，另一側為圖片(圖6、7，只有一條軸線，所有元素都放在此軸線之左側或右側)；或是以網格式系統來呈現版面。(圖8、9，所有元素放在交錯的網格內)

內頁版型設計的最後一個階段，可從2005年(37-1期)算起，它的特色是在版面的「外邊」處，設計了以方形色塊做襯底的「單元標題」(圖10、11)，並且，也更靈活的將文字結合圖片與去背文物圖像，進行整體搭配。(圖12)

(三) 加工形式

《故宮展覽通訊》從發刊1969年到1980年，都是採用短邊在內的「包摺法」雙面單張形式。(圖13)1981年13-2期開始轉為六頁的「騎馬釘」裝訂，但之後幾期也曾出現不同的加工形式，例如1982年14-4期、14-6期曾一度採用「十字摺」(圖14)，以及14-5期採用「開門摺」。(圖15)1992年24-4期起，騎馬釘的頁數隨著內容資訊的增加而擴增，這正顯示故宮提供的服務與欲傳達給大眾的資訊量是越來越豐富。

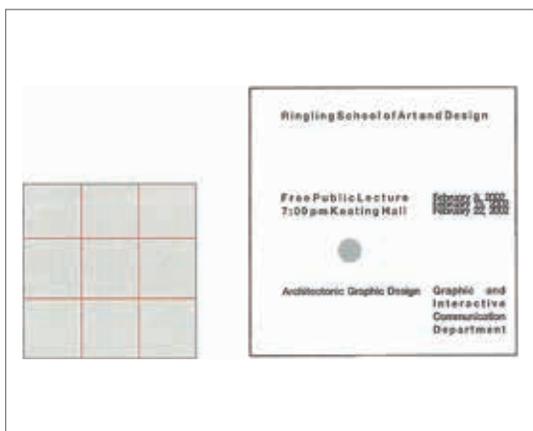


圖8 網格式系統版面架構 取自《MY DESY》：<https://www.mydesy.com/face-map>，檢索日期：2021年7月20日。



圖9 軸線式系統版面呈現 取自國立故宮博物院編，《故宮展覽通訊》，36-1期，2004年1~3月，頁1-2。

二、內容：單元與事件

博物館發布資訊的對象可分為兩種：一為學者專家：他們對博物館的展品有先備的知識與自發性的研究動機；另一類為一般社會大眾：對接觸博物館文物，他們有時需要靠外在娛樂性的驅動誘導。我們從《故宮展覽通訊》歷年所刊登的內容單元的演變，可以得知其目標對象，是從社會菁英漸漸擴展為一般普羅大眾。而且內容單元的數目也是與日俱增，起初只有單純的介紹特展與出版品書名，並以較多的文



圖10 外邊——單元標題設計 取自國立故宮博物院編，《故宮展覽通訊》，37-1期，2005年1~3月，頁5-6。

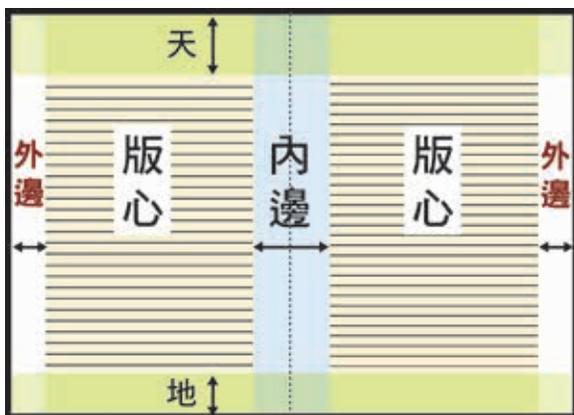


圖11 內頁版面構成 作者繪製



圖12 去背文物圖像與文字搭配之版面設計 取自國立故宮博物院編，《故宮展覽通訊》，37-1期，2005年1~3月，頁3-4。



圖13 包摺法 取自國立故宮博物院編，《故宮展覽通訊》，1-1期，1969年1~3月。



圖14 十字摺 取自國立故宮博物院編，《故宮展覽通訊》，14-4期，1982年6~7月。



圖15 開門摺 取自國立故宮博物院編，《故宮展覽通訊》，14-5期，1982年8~9月。

字篇幅來論述，屬於偏重學術導向的資訊傳達。但隨著社會脈動與民眾累增的需求，可發現訊息單元逐漸豐富且多元化。此外，從中也進一步看出院務內容發展的端倪，是由研究、展覽服務延伸於教育推廣，甚至再廣及文化創意之提倡，有著逐步邁向現代博物館的軌跡。以下僅就筆者觀察到的現象，依據時間（期別），整理出《故宮展覽通訊》內容所刊載的「單元

與事件」，並從中略觀故宮變化之一斑：

（一）早期內容大多刊載展覽與出版品介紹

《故宮展覽通訊》發行初期（從1969年至1972年），內容單元較為單一，除了每期都出現的展間平面圖外，大多只介紹展覽與出版品。在展覽介紹方面，皆以文字為主，描述封面文物或當期展覽的特色；並在頁面的短邊包摺處，刊登當期出版品相關資訊。（圖16、17）

(二) 1985年起條列式呈現展覽與出版品名稱

1985年10月起(17-2期),開始以一目瞭然的結構化編排,有系統的條列當期特展名稱及出版品書名。(圖18)從這兩類內容來看,「展覽」與「學術出版」是故宮很重視的兩大主力(條列出版品書名,一直到2005年才停止)。

展覽名稱的變化軌跡

擬定特展名稱,可說是一種「訊息策略」的制定,因為它可以引起目標觀眾的注意,激發對展覽內容的興趣,促成他們前來參觀。因

此,觀察故宮歷年特展的名稱,會發現許多有趣的變化:從早期較制式的單一展覽名稱,例如:「花卉圖畫特展」、「歷代名畫特展」等按文物類別命名,演變到1992年漸漸出現包含主標題與副標題,能「喚起觀眾想像」的名稱,例如:「國色天香——牡丹蘭花特展」、「名繪集珍」、「長生的世界——道教繪畫特展」、「清宮蒔繪——院藏日本漆器特展」等較能帶領觀眾進入展覽情境的展名。值得注意的是,這些展名的轉變是越來越有故事性與親民化,從中也



圖16 早期內容以刊登展覽與出版品資訊為主 取自國立故宮博物院編,《故宮展覽通訊》,3-2期,1970年12月。



圖17 早期內容以刊登展覽與出版品資訊為主 取自國立故宮博物院編,《故宮展覽通訊》,2-8期,1970年6月。

看出相關學者觀察到之現象：²副標題重在記實，多由「展覽內容」組成；主標題重在寫虛，主要是將策展觀點加以提煉並升華至飽含美感的詞組或短句，意在引人注目，且60%為四字成語。從中更可見到為拉近觀眾距離的行銷策略痕跡。

(三) 1984年起刊載文物研習營與學術演講

1984年7月起，故宮開始舉辦夏日文物研習課程，開放各界人士自由報名，開啓了推廣文物之大門，研習費用為一百元，於周二與周四早上開課，其內容舉凡銅器、玉器、陶瓷、書畫等學術相關研習。1986年起，開始於冬季舉辦一系列文物課程，隱然已見故宮積極展開博物館教育推廣的計畫。

(四) 1986年起加增前言問候語

1986年4月起（18-2期）藉由文字展開親切的互動，為拉近與讀者間的距離，特闢欄位，透過「前言」或「編輯的話」向讀者問候。最為常見的是，將該季時節的變化，轉為問候讀者的家常話，這樣的問候語讓《故宮展覽通訊》有了頗具溫度的情意流露。

(五) 1986年起刊載文物巡迴展

筆者推敲因早期發刊的《故宮展覽通訊》，以向國際推廣為目的，所以，較少提及國內複製文物巡迴展。一直到1986年10月份（18-4期），《故宮展覽通訊》才開始記載文物巡迴展的相關資訊。此巡迴展是故宮贊助紀念蔣公百歲誕辰而舉辦，巡迴展名稱為「The Art of

China」，於臺灣各文化中心展出有關蔣公的歷史資料，以及銅器、瓷器、書畫等複製文物。1987年9月應外貿協會之邀，提供複製文物至維也納展出。自此開始，故宮經常不定時地展開國、內外文物巡迴展，相繼在世界各地留下中華文化美麗的足跡。（然院史記錄最早之複製文物巡迴展辦於1973年5月。³）



圖18 條列式呈現展覽名稱與出版品名稱（以18-3期為例） 取自國立故宮博物院編，《故宮展覽通訊》，18-3期，1986年7~9月。



圖19 中英文版與日文版雙本形式發行 取自國立故宮博物院編，《故宮展覽通訊》，41-1期，2009年1~3月，封面。

Age of the Five Rulers (legendary)	黃帝至舜	2674-2183B.C.
Hsia Dynasty	夏	2183-1751B.C.
Shang Dynasty	商	1751-1111B.C.
Western Chou Dynasty	西周	1111-770B.C.
Eastern Chou Dynasty	東周	770-223B.C.
Ch'in Dynasty	秦	223-206B.C.
Western Han Dynasty	西漢	206B.C.-25A.D.
Eastern Han Dynasty	東漢	25-219A.D.
Wei, Chin, North and South Dynasties	魏晉南北朝	219-589A.D.
Sui Dynasty	隋	589-618A.D.
T'ang Dynasty	唐	618-906A.D.
Five Dynasties Period	五代十國	906-960A.D.
Northern Sung Dynasty	北宋	960-1127A.D.
Southern Sung Dynasty	南宋	1127-1280A.D.
Yuan Dynasty	元	1280-1368A.D.
Ming Dynasty	明	1368-1644A.D.
Ch'ing Dynasty	清	1644-1911A.D.
Republic of China	中華民國	Established 1912

圖20 中西曆對照表 取自國立故宮博物院編，《故宮展覽通訊》，21-3期，1989年7~9月，頁8。



圖21 「活動與創意」兒童活動 取自國立故宮博物院編，《故宮展覽通訊》，21-4期，1989年10~12月，頁10。

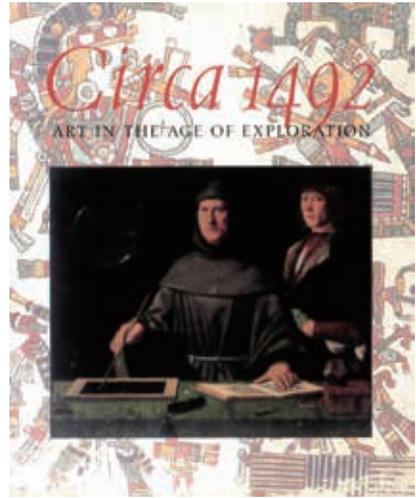


圖22 「一四九二年之際：探險時代的藝術」展覽圖錄 取自國立故宮博物院編，《故宮院史留真》，臺北：國立故宮博物院，2013，頁109。

(六) 語版發展軌跡

溯自 1968 年至 1985 年僅有英文版，可知最初發刊的目的是為國際宣傳，在資訊傳播不甚發達的年代，向國際宣揚中華文化，是當時的重要任務。中英雙語版本的發展是漸進式的，並不是某個時間點就立即雙語化，而是 1986 年（18-3 期）起，先進行少部分的嘗試，僅針對條列出的特展與出版品名稱，以中英雙語標示，直至 1987 年 7 月起（19-3 期），才全面發展為中英雙語版本，並從 2001 年（33-1 期）開始，加入日文語版。自此，《故宮展覽通訊》每一期都採雙本形式（中英語版、日文語版各一本）印製發行，故宮的資訊發佈也更加國際化。（圖 19）

(七) 1987 年起增設定時導覽服務

自 1987 年 7 月起（19-3 期）故宮開啓了嶄新的服務，不但《故宮展覽通訊》正式導入中英雙語版，也更明確地揭露中、英文定時導覽的時間（中文導覽 9：30、14：30；英文導覽

10：00、15：00）。後來也紛紛加入法語、日語導覽，雖然非每日固定時段，但這多語版的導覽服務，讓觀眾知道故宮的觸角更國際化了。

(八) 1989 年起提供中西曆對照表

自 1989 年 7 月起（20-3 期），《故宮展覽通訊》開始刊登中西曆對照表（圖 20），這是實用性資訊的便民措施，這樣的資訊提供，一直到 2001 年結束。

(九) 1989 年起刊載多媒體幻燈片節目資訊

1989 年 10 月起（21-4 期）登載故宮提供多媒體幻燈片放映的服務，每日 9：30 與 14：30 各放映一場，每個月播出一個主題，並開放民眾參觀體驗。「青銅器的歷史軌跡及玉的大千世界」為當時 10 月首播主題。

(十) 1989 年起推出兒童教育活動

1989 年 10 月起（21-4 期）刊登「活動與創意」教學活動（圖 21），這是故宮首次推出的兒童活動。第一期主題為「穿過史前的隧道」，將七千年前西安半坡村遠古祖先的生活

層面介紹給兒童。從此，開闢兒童專用活動教室，讓兒童在專屬的教室中，學習文物知識。這是故宮兒童課程的始祖。（然依院史記載，故宮發揮兒童社會教育功能，最早可始於1970年7月。⁴）

（十一）1991年首度與國外博物館合作展出

1991年10月（23-4期），故宮應美國華盛頓國家藝術博物館之邀，選提明代中期文物珍品十七組件（包含繪畫、書法、瓷器、漆器、琺瑯器），參加為紀念哥倫布發現新大陸五百週年而舉辦之「一四九二年之際：探險時代的藝術（Circa 1492: Art in the Age of Exploration）」（圖22），這是故宮出借珍藏文物之首例。

1993年2月（25-1期）故宮打破歷年只展出中國藝術的傳統，開借展西方藝術文物之先河，推出「十九世紀末期中西畫風的感通」特展，同時展出莫內與其他印象派畫作，及同時期的院藏中國名家畫作。此展備受各界讚嘆，吸引觀眾逾三十一萬人次。

此外，1995年9月（27-4期）故宮為慶祝圖書文獻大樓落成，特自巴黎羅浮宮博物館借

入其館藏十六至十九世紀西方風景名畫七十一幅，辦理「羅浮宮博物館珍藏名畫」特展，四個月展期內，創下國內藝術活動的空前紀錄，參觀人潮超過七十三萬。

（十二）1995年引進語音導覽系統

1995年10月起（27-4期），《故宮展覽通訊》正式公告故宮引進手持式語音導覽系統（INFORM）（圖23），為民眾提供個人化的導覽服務，更進一步提升參觀品質。

（十三）2006年起展開多元推廣活動

2006年左右起，許多與文化創意、教育推廣有關之活動如雨後春筍般紛紛展開。2006年7月（38-3期）故宮製作形象廣告「Old is New 時尚故宮」，榮獲2006年美國博物館協會「繆斯獎」推廣宣傳類金牌獎。2007年1月（39-1期）開辦故宮戶外藝術節，內容包含「創意市集」、「藝術體驗區」、「星光劇場」，皆獲觀眾熱烈回響。2007年10月（39-4期）開始舉辦故宮周末夜，讓不同型態的藝術團體於周六夜間進行演出。自此，故宮每年舉辦多項教育推廣活動，皆深受觀眾喜愛。

（十四）2006年起積極投入數位多媒體製作

2007年7月（39-3期）刊載全球首部博物館3D動畫——「國寶總動員」誕生，並且再次以「米芾的書畫世界」主題網站，榮獲2007年「繆斯獎」線上傑出類金牌獎。自此，數位多媒體的製作碩果累累，並且連連獲獎。（圖24）

筆者將上述（一）～（十四）所提之單元與事件整理如表四，讓讀者更能看見歷年演變之軌跡。

結語

悠悠五十載，《故宮展覽通訊》見證了半世紀故宮的蛻變！《故宮展覽通訊》因著紙本



圖23 手持式語音導覽系統 取自國立故宮博物院編，《故宮展覽通訊》，27-4期，1995年10～12月，頁2。

表四 《故宮展覽通訊》歷年「刊登內容」演進表

刊登內容 單元與事件	起迄年份								
	1969	1972	1984	1985	1986	1987	1989	1991	
介紹展覽									
介紹出版品									
條列新展名稱									
文物研習營與演講									
前言問候語									
文物巡迴展									
中英雙語版									
中英定時導覽服務									
中西曆對照表									
多媒體幻燈片播映									
兒童教育活動									
與國外博物館合作									
引進語音導覽系統									
多元推廣活動									
數位多媒體展示									

型式的存在，為讀者帶來資訊握在手中的踏實感，也有著可隨時翻閱的便利性，亦曾作為傳遞故宮形象的公關媒介。但也因發刊期較長，產生了資訊無法及時傳達的限制。無論如何，《故宮展覽通訊》與故宮並肩走過五十三個年頭，如今是功成身退。

雖然目前傳遞資訊的方式不同了，但豐厚的文化內涵，相信不會隨著形式的改變而褪色。期待在新科技引導的新時代，觀眾可以更精確、更快速的掌握故宮所有資訊，無遠弗屆地讓故宮新消息、新動態，與全世界各地的觀眾連線接軌！

作者任職於本院展示服務處



圖24 國寶總動員3D動畫 取自國立故宮博物院編，《故宮展覽通訊》，39-3期，2007年7~9月，封面。



註釋：

1. 黃佳慧、林芳穗，〈從服務設計觀點探討「博物館服務」：以「國立臺灣文學館」為例〉，《設計學報》，19卷2期（2014.6），頁67。
2. 如何為展覽取一個好名字，參考《壹讀》<https://read01.com/5MgneoJ.html>（檢索日期：2021年9月2日）。
3. 1973年5月，故宮與救國團及各縣市教育局合作，辦理複製文物巡迴展。
4. 1970年7月，故宮與臺北市三十餘所孤兒院、育幼院合作，開辦孤貧兒童暑期參觀活動。

參考書目：

1. Enășel, Iulia-Oana. "The Role of Information in Art Museum Communication Process." *Procedia Economics and Finance* 6 (2013): 476-481.
2. Newsletter 廣告具有分眾特性，漸受臺灣業者重視，參考《iThome 網站》<https://www.ithome.com.tw/node/4445>，檢索日期：2021年8月9日。
3. 潘美君，〈博物館宣傳的新思維：整合行銷傳播〉，《博物館學季刊》，19卷2期，2005年4月，頁94。
4. 吳怡青，〈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期，2017年12月，頁96-107。
5. 〈千變萬化的新型態排版——「八種文字編排組織系統」〉，《My Desy》<https://www.mydesy.com/face-map>，檢索日期：2021年9月2日，原文摘自金柏麗·伊蘭姆（Kimberly Elam），《文字排印設計系統》，臺北：臉譜出版，2018。
6. 宋兆霖，《故宮院史留真》，臺北：國立故宮博物院，2013，頁109。