

西九文化區博物館及展覽中心的市場分析顧問研究

顧問研究的目標及範圍

1. 顧問研究的目標

1.1 顧問研究的目標是透過市場調查，確定在本地、區域及國際層面上的西九博物館及展覽中心的現有和潛在觀眾羣／服務對象，包括至 2030 年的預測。研究亦旨在就西九博物館及展覽中心相對珠江三角洲、內地各大城市及海外地區的相類設施，提供優勢、弱點、機會和危機分析參考。

2. 顧問研究的範圍

2.1 具體而言，顧問研究將涵蓋下列兩個主要範圍－

(a) 蒐集市場資料:

- (i) 蒐集有關本地及海外現有市場的資料，包括市場規模及特徵(包括但不限於詳細人口資料、旅遊模式、行為模式、生活方式、特別興趣等)。就香港以外的地方而言，顧問研究對象必須包括平均訪港旅客最多的首 10 位國家。
- (ii) 蒐集有關本地博物館／展覽中心及最少 10 個相類博物館及 10 個相類展覽中心的服務(包括節目/活動和設施)、營運預算(包括收支和贊助)及市場推廣策略(包括建立品牌及公關策略)的資料。有關相類博物館／展覽中心須包括美國、歐洲及亞太區相類機構的均衡組合。
- (iii) 進行定質市場調查及定量市場調查，找出在本港、內地、亞洲以至其他地區的觀眾在西九博物館的四個初步主題內的具體興趣。該四個初步主題包括視覺藝術(包括水墨藝術)、設計、活動影像(例如錄像、電影等等)和流行文化(例如漫畫、粵語流行曲、玩具／遊戲、飲食文化等等)。

(b) 市場資料分析:

根據上文第 2.1(a)項蒐集得的資料，

- (i) 在本地、區域和國際層面上分析西九博物館及展覽中心

的優勢、弱點、機會和危機。

- (ii) 考慮到博物館及展覽中心的願景、使命及目標，找出本地和海外博物館及展覽中心的現有及潛在市場細分。
- (iii) 評估潛在市場細分的規模，包括每隔 5 年的預測至 2030 年。
- (iv) 評估上述第 2.1(b)(i)-(iii)項研究所得資料對西九博物館及展覽中心在本地、區域及國際上的策略性定位，以及對該兩項設施的節目編排的整體方向的影響。
- (v) 評估上述第 2.1(b) (i)-(iii)項研究所得資料對西九博物館及展覽中心在空間及設施上的需求、發展用地參數、位置及相互之間連接的影響，以為發展圖則擬備工作提供參考資料。
- (vi) 在上述第 2.1(b) (i)-(iii)項研究所得資料的基礎上，根據市場細分的預計增長率，檢視博物館的分期發展，以為發展圖則提供參考資料；及
- (vii) 參考外國博物館及展覽中心的有效市場推廣策略(包括建立品牌和公關策略)，提出市場推廣策略建議，務求吸引目標市場，配合潛在觀眾／服務對象的需要。顧問在制訂這方面的建議時，須考慮到博物館及展覽中心屬西九整體文化藝術設施的一部分。

- 完 -