

# 視覺藝術

## 章節

視覺藝術展覽種類概覽

受訪者的視覺藝術展覽參與情況

成為觀眾的契機

各視覺藝術展覽種類的深度分析

各視覺藝術展覽種類的考慮因素

溝通渠道

場地參與

對本地藝術家的認識

吸引觀眾的方法

海報設計

建構出色的展覽

新趨勢: 沉浸式藝術、虛擬實境、線上展覽

附錄

## 簡報頁數

117

118

119

120 -122

123 -126

127-128

129 -131

132

133

134 -135

136

137

138-142



視覺藝術種類概覽

視覺藝術有很多不同的表現形式。當中部分展覽能夠吸引到大量觀眾，包括那些本身很少接觸視覺藝術的群眾。

熱門藝術活動



沉浸式藝術



設計 (通俗藝術)



大型雕塑 / 裝置藝術



陶瓷



書法



著名藝術



攝影



綜合媒介



油畫



中國畫



大眾興趣

小眾興趣

受訪者的視覺藝術參與情況

非常活躍的參與者覺得本地藝術更具活力和吸引力。很多偶爾參與的觀眾仍未如以往般積極參與視覺藝術活動。

是次座談會邀請了在視覺藝術活動中參與程度不一的受訪者。不同類別的參與者在視覺藝術種類方面的興趣大同小異，但是他們在參與模式上十分不同。

**非常活躍參與者** (過去一年內參與多於八場展覽，當中至少兩場為付費展覽)

- 六位受訪者當中有三位屬忠實及非常活躍參與者。
- 他們廣泛接觸不同媒介的展覽，並且對場地和藝術家有個人的看法。
- 每當有新展覽展出，他們亦會願意並熱衷於再次參觀有關藝術場所。
- 在新冠肺炎下，由於在本地消遣的需求增加，其中一位非常活躍參與者比起以往更頻繁參觀展覽。



**偶爾參與者**(過去一年內參與二至七場展覽) / **非活躍參與者**(過去一年內沒有參與展覽)

- 六位受訪者當中有三位屬偶爾/非活躍參與者。
- 他們傾向與朋友或伴侶一同參觀展覽。部份人只會在朋友邀請時才會參與。
- 這些受訪者更傾向喜好熱門、具話題性以及可「打卡」的藝術活動。
- 他們大多從本地博物館的一些高水平的展覽、甚或在海外旅遊時接觸視覺藝術。這使他們對藝術的基準十分高，亦導致他們對於本地藝術感到有落差。
- 有一半的受訪者因為不斷變動的防疫措施以及國際著名巡迴展覽減少而變得較少參與，同時本地藝術場所的參觀人流增加所引致的體驗和疾病風險問題亦令他們因而卻步。

藝術教育提升了觀賞層次：由對美的感知至欣賞藝術創作背後的技巧和故事，同時文化教育擴闊了興趣的範疇，更鼓勵探索。

藝術教育

- 受藝術課（油畫）教授的技巧、藝術家和技術的歷史所啟蒙
- 學會如何不單從表面的美來欣賞藝術，懂得如何比較藝術作品

美；藝術品所運用的技巧；對細節的觀察；創造和創新的能力



“一個好鍾意或者有學過畫畫嘅人會比較知道點樣去欣賞一幅作品，例如識得去鑑賞某啲細節。其他人就可能覺得悶啲。”

視覺藝術偶爾參與者

文化教育

- 於大學曾修讀文化相關科目
  - 廣泛參觀過不同視覺藝術場地和展覽
- 尊重多樣性，歡迎不同的藝術形式和實驗

靈感；對於社會事件和自身的反思；具互動性的參觀體驗



“我係修文化管理嘅，所以大學時期經常出入展覽場地。依家就算冇人guide住我睇，我都覺得呢件事幾有趣。”

視覺藝術非常活躍參與者



“我見過有個裝置藝術展品好似一副棺材，你直程可以瞓入去。嗰次之後，我明白到藝術唔單止係睇畫同相片。”

視覺藝術非常活躍參與者

普遍的好奇心和對美的享受

- 以直覺去理解視覺藝術展覽
  - 有興趣學習更多，但需要較淺顯易明的表達
- 放鬆、社交

美麗的藝術作品；可以在社交媒體分享的內容；日常或流行話題



“周遭嘅氛圍令你覺得自己都變咗文青，我會覺得好放鬆，就算成個下午都睇藝術展品都有問題。”

視覺藝術偶爾參與者



“我個小朋友就讀小學，喺佢身上，我明白到藝術嘅興趣好多時都係天生嘅，佢有一次去到博物館，見到有地方可以畫畫，佢自然就跑去睇。”

視覺藝術非常活躍參與者



不論對視覺藝術的興趣或參與程度的高低，參與者一致認為沉浸性裝置是最具吸引力和平易近人的媒介。

印象深刻的視覺效果往往使人感到驚嘆，而主題一般亦容易理解

- 所有受訪者都曾在國外參觀過TeamLab展覽
- 重點吸引元素包括浩大、色彩繽紛、具互動性（通過鏡、感應器及 / 或燈光）、超現實
- 參觀者感到自己尤如進入了一個可以讓他們完全沉浸其中，並去欣賞、互動、探索、攝影的新空間

## TeamLab



## 皮皮樂迪·里思特展覽（大館）



“其實個show有互動，即係可能你行去嗰個位佢嘅燈會唔同咗，加上因為佢有好多鏡，啲光仲會折射，其實一個互動式嘅藝術嚟嘅。”

視覺藝術偶爾參與者



“個show好適合打卡，影相上嚟非常之靚，所以吸引到人去。”

視覺藝術偶爾參與者



“呢種show對啲藝術新手來講會更加容易適應，如果你就咁睇一幅畫可能你需要讀相關嘅嘢，你先欣賞到佢啲歷史啊或者係技巧，但呢啲就唔需要。”

視覺藝術非常活躍參與者

著名畫家如梵高、莫內家傳戶曉，欣賞西方傳統繪畫更普及。

很多香港觀眾因學習繪畫或旅行時參觀藝術館，而對西方藝術史有所認識，並懂得如何欣賞西方傳統藝術。

- 很多偶爾參與者和非活躍參與者在疫情前並沒有在香港欣賞視覺藝術的習慣，他們傾向視之為在海外旅遊時才進行的活動。
- 關鍵吸引因素包括著名作品（出自著名畫家或著名博物館）、稀有度、歷史性、國際性
- 豐富的經典文化內容使觀眾感到體驗是寶貴的，並省去出外旅遊的力氣。



“以前啲人可以四圍旅行個陣，會喺外地睇博物館，封關之前有幾何喺香港睇展呀？”

視覺藝術非常活躍參與者



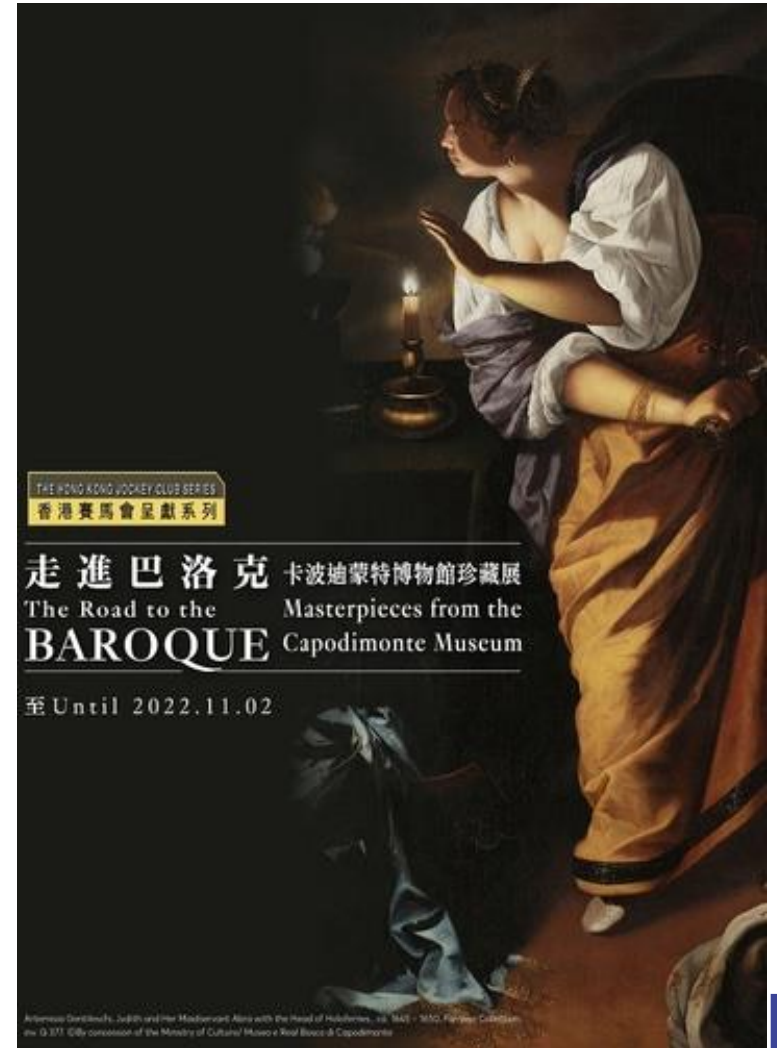
“巴洛克展覽個氣氛好強，感覺就好似我喺間五星級嘅古典式酒店咁，呢種感覺令我好想去睇。”

視覺藝術非常活躍參與者



“最鍾意當然係啲經典大作啦，例如如果有個展覽全部都係莫奈嘅畫嘅，真跡或者複製品又好。真跡嘅話，就算得幾幅我都覺得好吸引㗎喇。”

視覺藝術非常活躍參與者





除非有數碼展出，否則中國繪畫和書法經常被認為是乏味的。比起畫作的技巧，參觀人士更容易領會畫中描繪的古代生活模式。



“呢個啲人好可愛啊，有啲人傾偈呀，捉棋呀，飲茶，釣魚啊。”

視覺藝術非常活躍參與者



“睇返當時嘅生活係點好吸引。我都唔識中國畫係點嘅，呢啲畫面會令我覺得有趣。”

視覺藝術偶爾參與者



“呢張睇落有啲悶，冇人guide住我覺得自己會睇唔明囉。”

視覺藝術非常活躍參與者



“覺得呢個展係睇古董展覽咁，但啲展品有啲霉同發黃。就算我好鍾意藝術，對呢個活動都係麻麻地。”

視覺藝術非常活躍參與者

在決定是否參觀展覽時，參觀人士會尋找資料評估他們是否能享受其中及該享受程度值得何等付出程度。

## 基本考慮因素

### 興趣值

興趣程度主要由以下因素評估：

- **藝術形式**：知識和欣賞能力
- **藝術家**：名氣、聲譽和專長
- **主題**：熟悉、熱門或能吸引興趣的特別主題
- **吸引的宣傳資料**
- **友人口碑**
- **用於打卡的上鏡場景**

### 值得花費心思體力的程度

在決定是否訪問之前，參與者會作出多方考慮：

- **位置**：來回時間、交通便利程度和附近設施（即餐飲、購物和娛樂）
- **開放時間**：一般工作時間外，在晚上或週末開放
- **費用/售票安排**（例如預訂、開放時間等）
- **預計在展覽中花費的時間**：根據場地大小、會展示的藝術作品數量、額外活動等進行評估。
- **同行者**：他們的興趣程度和空閒時段
- **失望的風險**：對藝術家、場地或宣傳資料風格的已有認知及經驗
- **受歡迎程度及/或聲譽**（例如在社交媒體上被提及）



“如果有條片介紹下個artist係幾好，唔洗太長，大約10分鐘就得，入面可以講下佢嘅作品同經歷，會令我對佢有啲興趣，想去佢嘅個人展。”

“如果係個人展，我真係要知多啲關於個藝術家嘅背景。如果個藝術家我都唔識，就冇咩吸引力。”

視覺藝術非活躍參與者



“我去過一次喺火炭嘅工業大廈，我喺港鐵站睇住Google Map行咗好耐先去到。仲有，幢大廈好熱，去到門口又冇人接應，成個體驗好差，我覺得自己唔會再去類似嘅節目啦。”

視覺藝術非常活躍參與者



“藝穗會有個酒會嘅畫展，又近我，即係我行過去都叫做行到，咁咪去睇吓囉。”

視覺藝術非常活躍參與者



藝術團體應提供更多資訊以幫助參觀者了解藝術媒介、藝術家和展覽主題，從而激發參觀興趣。

## 基本考慮因素

### 興趣值

興趣程度主要由以下因素評估：

- **藝術形式**：知識和欣賞能力
- **藝術家**：名氣、聲譽和專長
- **主題**：熟悉、熱門或能吸引興趣的特別主題
- **吸引的宣傳資料**
- **友人口碑**
- **用於打卡的上鏡場景**

- **藝術媒介**：
  - 運用藝術科技讓傳統藝術媒介（如中國書畫）更富現代感和互動性
  - 提供協助了解創作過程的內容
  - 提供空間來嘗試簡單的創作
- **藝術家**：
  - 提供影片（訪談、傳記）以分享藝術家的背景和在藝術創作過程中轉變
  - 邀請藝術家在社交媒體上分享有關他們的作品、展覽開放時間和重點藝術作品含義的內容
  - 提供讓藝術家與參與者互動的幫助
- **主題**：
  - 基於相似興趣或創作相同主題的不同藝術家，一同展示他們的作品以帶來對比
  - 能吸引更多共同興趣的主題包括流行文化（動畫，娛樂圈），設計，當地文化（例如遺跡，食物，風景），社會問題（例如性別平等，社會流動性，弱勢社群），異國文化



“一個好嘅主題你一見到佢就會想去睇。例如我去過一個以粗獷建築為題嘅展覽，我睇完知道多咗關於香港呢種風格嘅建築。”

視覺藝術非常活躍參與者

參觀者擔心展覽能帶來的享受程度，尤其是當他們需要投放長時間前往及參觀。豐富的參觀體驗將有助提高整體滿意度。

## 基本考慮因素

### 值得花費心思體力的程度

在決定是否訪問之前，參與者會作出一連串的考慮：

- **位置**：來回時間、交通便利程度和附近設施（即餐飲、購物和娛樂）
- **開放時間**：一般工作時間外，在晚上或週末開放
- **費用/售票安排**（例如預訂、開放時間等）
- **預計在展覽中花費的時間**：根據場地大小、會展示的藝術作品數量、額外活動等進行評估。
- **同行者**：他們的興趣程度和空閒時段
- **失望的風險**：對藝術家、場地或宣傳資料風格的已有認知及經驗
- **受歡迎程度及/或聲譽**（例如在社交媒體上被提及）

“有時伏就係你以為佢好似好多嘢擺出嚟，但係原來佢擺出嚟宣傳嗰啲已經係佢嘅全部，唔單止係視覺藝術啦，有好多宣傳都係咁，吹到嗰樣嘢好大，但係其實可能得一幅牆嘅嘢。”

視覺藝術偶爾參與者

“我本身已經唔係好高期望，但係睇完都係好失望，心諗「咦，原來已經睇晒㗎喇喎」。”

視覺藝術偶爾參與者

“去牛棚可以消磨到一個下午，出去附近又有啲比較靚仔啲嘅coffee shop，個經歷唔錯。同埋佢揀啲藝術家係比較本地，以大型藝術館嗰種好似係睇大師級嘅作品，兩種唔同嘅感覺我覺得。”

視覺藝術偶爾參與者

### • 體驗豐富：

- 推廣有整合大量藝術家和藝術品但不太受歡迎的藝術場所（例如賽馬會創意藝術中心、元創方和牛棚藝術村）
- 連接鄰近的小型展覽場地，以伸延整個視覺藝術的探索體驗（例如火炭工作室開放日、南港島藝術日）
- 提供導賞或藝術作品攻略，以便互動分享資訊
- 售賣優質海報或紀念品

### • 售票：

- 通過藝術和大眾娛樂渠道（例如Klook）傳達預訂資訊
- 利用預訂系統對熱門節目進行人流管制
- （對於活躍參與者）在售票前使用預覽資訊進行早期宣傳，以推動聲勢

### • 期望管理：

- 不作失實的展覽介紹
- 對於有藝術科技成分的展覽，展示藝術裝置如何融入展覽環境，讓參與者更好地理解其效果

為提高對視覺藝術和參觀展覽的興趣，業界應在三個重點領域下工夫：加強活動推廣、持續與藝術場所互動，以及提高本地藝術家的知名度。

活動通訊

場地參與

藝術家的知名度




來自網站和社交媒體的內容，包括線上週末活動推薦和活動預訂平臺的帖子能有效接觸到廣大受眾。活躍參與者會密切關注策展者和場地的通訊。

大眾

小眾



	 朋友的IG/FB照片	 休閒/旅遊 網上媒體	 活動日曆	 售票平臺	 平台電子通訊	 視覺藝術場地的 電子通訊或 社交媒體	 畫廊/活動策劃者 的電郵	 藝術家的 社交媒體
活躍	✓	✓	✓	✓		★	★	
偶爾	★	★	✓	✓	✓	✓		✓
非活躍	★	★			✓			

定義：  
 非常活躍參與者(過去一年內參與多於八場展覽，當中至少兩場為付費展覽)；  
 偶爾參與者(過去一年內參與二至七場展覽)；及  
 非活躍參與者(過去一年內沒有參與展覽)

★ 重要資訊渠道

✓ 提及的資訊渠道

線下接觸的普遍性較低。戶外宣傳和電視報導可以提高人們對展覽的認識和興趣。在不同視覺藝術展覽場地裡擺放其他展覽的宣傳單張可拓展傳播渠道。

	大眾			小眾
		 電視新聞報導 (例如發佈會)	 廣告板 (尤其是 公共交通樞紐)	 宣傳冊子/傳單/明 信片
活躍				
非活躍				



“本書仔係喺場內拎，我覺得似係展覽嘅指南。”

視覺藝術非常活躍參與者



“我覺得啲場地可以擺埋其他場地嘅宣傳書仔。”

視覺藝術偶爾參與者



“外國嘅酒店會放埋宣傳單張。我唔知點解香港冇，啲藝術團體都係各自搞自己。”

視覺藝術偶爾參與者

重要資訊渠道

提及的資訊渠道

推出備受矚目的活動和博物館最能同時吸引活躍和非活躍參與者，因為人們不想錯過熱門活動。

偶爾/ 非活躍參與者

非常活躍參與者

<p>沉浸式藝術展覽 (例如 皮皮樂迪·里思特)</p>	<p>1) 令人印象深刻且引人入勝的視覺效果及2) 高社交媒體曝光率，使短期沉浸式藝術展覽能夠吸引非常活躍和偶爾參與者。</p>	
<p>藝術活動 (例如巴塞爾藝術展、Art Central、亞洲當代藝術展)</p>	<p>參與者認為這類藝術<b>時髦而當代</b>。這些活動除了展示藝術，更設有<b>額外款待</b>，如酒和食物等，這使參與者獲得置身<b>文化盛事</b>的<b>優越感</b>，亦使他們相信體驗值回票價。較短的活動期間也會推動購票和參觀的緊迫性。</p>	<p>活動提供機會讓參與者、銷售人員和藝術家展開對話，這使得此活動商業化，但仍<b>非常有活力和引人入勝</b>。<b>非常活躍參與者</b>為了在展覽期間與同儕有共同話題而產生參觀展覽的壓力。</p>
<p>新的高檔藝術場館 (例如 M+、故宮)</p>	<p>他們會參觀這些展覽是因為它們是<b>城中流行熱話</b>，但許多人並不喜歡這種體驗，認為<b>不值得花門票和精力去參觀</b>，因為展覽並<b>不是特別令人印象深刻，而且凌亂，週末時人滿為患</b>，及<b>遠離</b>購物中心。</p> <p>“好似M+咁呀，佢平日淨係開到6點，啲人多數週末去，所以搞到個場好逼。而且，啲展品排得好密，展品前經常人頭湧湧，有啲難清楚睇到。”</p> <p>視覺藝術偶爾參與者</p>	<p>參與者希望探索及欣賞形形色色的藝術品，包括著名和有抱負的藝術家的作品，以及傳統藝術、現代藝術和流行文化。所有人都覺得<b>值得重訪</b>這些場地，<b>並認為它們可以將香港藝術產業提升到世界級水平</b>。另外，還表現出對<b>獨特展示空間</b>的強烈讚賞，例如高天花板、投影機和用於<b>3-D</b>多媒體安裝的音響系統。</p> <p>“M+呢就我覺得，比較有世界級水準。”</p> <p>視覺藝術非常活躍參與者</p>



活躍訪客更有可能定期參觀傳統博物館的展覽，而非活躍參與者往往會在商場行街時享受短暫的藝術接觸。

偶爾/ 非活躍參與者

非常活躍參與者

<p><b>傳統博物館(香港藝術館, 香港文化博物館)</b></p>	<p>只有在有<b>特別展覽</b>展示<b>高知名度或稀有</b>藝術時才參觀。大多數人<b>不會定期接收博物館的資訊</b>，因此只能依靠口耳相傳或媒體獲取訊息。</p>	<p>緊貼博物館的時事通訊，會定期瀏覽官方網站。欣賞主辦單位為<b>引入世界一流的藝術作品</b>和相關教育材料所做的努力。然而，許多人在反覆參觀後覺得<b>常設展覽無聊乏味</b>。</p>
<p><b>商場(K11, 海港城)</b></p>	<p>有興趣參觀商場的展覽以<b>豐富他們空暇時間的體驗</b>，但展覽不太可能成為參觀商場的主要動力。</p>	<p>一些參觀者不喜歡在商場看展覽，因為他們覺得環境<b>太嘈雜</b>，不適合欣賞藝術。</p>
<p><b>市中心藝術建築群(大館、香港藝術中心、元創方)</b></p>	<p>匯聚藝術、餐飲、購物和娛樂，可為觀眾帶來<b>豐富的體驗</b>。  <b>方便的地點</b>及連接購物區更可以提升即興到訪的興趣。                  持續高質量的展覽可以建立<b>信譽</b>。  <b>定期發布電子通訊</b>，保持參觀人士對場地的關注，並提供活動資訊去吸引更多人參觀。                  然而，觀眾主要<b>集中在娛樂區域</b>。場地的娛樂休閒元素有機會使觀眾<b>不太注意展覽中的藝術家</b>。</p>	



“有啲show係商場搞，喺附近返工嘅人行開飲嘢可以順便睇埋。”

視覺藝術偶爾參與者



“我鍾意睇真跡，我記得幾年前，喺沙田文化博物館擺埃及展，其實香港擺幾副喺度，我都覺得好吸引喇，會山長水遠去睇。”

視覺藝術非常活躍參與者

雖然許多參觀人士喜歡較冷門的藝術場地提供的參觀體驗，但他們覺得恆常參與的困難很大。

### 多用途藝術場地

(例如：元創方、賽馬會創意藝術中心)

#### 參與的困難

- 活動的知名度低，以及不確定場地的開放時間
- 由於場地位置不方便，臨時到訪的可能性相對較低
- 有些人將這些場地的藝術家視為不太受歡迎或不成功

#### 可能的解決方案:

- 利用多功能場地舉辦的活動吸引新訪客
  - 提供場地的地圖和開放時間，以及有關工作室、藝術家或展出藝術作品的簡單資訊
  - 在周末活動中使用公共空間來介紹駐場藝術家和藝術品
  - 為藝術家提供培訓或支援，幫助他們與參觀者互動
  - 於場內提供藝術導賞團

### 藝術工作室區域/村

(例如：火炭、黃竹坑、牛棚藝術村)

#### 參與的困難

- 場地及其藝術家和藝術品的知名度低
- 不知是否歡迎訪客
- 不穩定的/不可預測的營業時間

#### 可能的解決方案:

- 協調開放日
  - 提供場地的地圖和開放時間，以及有關工作室、藝術家或展出藝術作品的簡單資訊
  - 由駐場藝術家或策展人介紹作品
  - 舉辦工作坊，讓參觀人士參與藝術創作
  - 與該地區的零售商和餐館合作，舉辦區域性活動

### 畫廊區

(例如：中環荷里活道至元創方、南區)

#### 參與的困難

- 高度商業化，被視為交易場所而非展覽場所（沒有太大興趣吸引非買家）
- 訪客很少，因此不清楚是否歡迎大眾參觀
- 銷售員可能會極力推銷，讓非買家感到不舒服

#### 可能的解決方案:

- 表現出歡迎的態度
  - 將營業時間延長至辦公時間以外
  - 提供有關藝術家及/或藝術品的介紹資訊
  - 畫廊工作人員介紹藝術品（如果藝術家在場，可以協助打開話題）
- 協調營運
  - 設立固定的開放時間和日期、駐場藝術家和活動以吸引參觀者

名單內大部分本地藝術家的名字均由同一位受訪者列出，其他人對本地藝術家的認識甚少。對本地藝術家的認識度低意味著難以利用他們的社交媒體和內容創作來吸引參觀者。

#### 受訪者提及過的藝術家名單

本地	其他
Yeung Hok Tak 楊學德	Andou Tadao 安藤忠雄
Little Thunder 門小雷	Shinkai Makoto 新海誠
Jue Ga-San 朱家新	TeamLab
Chao Yat Comics 草日漫畫	Nalini Malani
Ronald Cheng 鄭中基	Young-Hae Chang Heavy Industries
Lawrence Lam	Yu Ming Chang 張育銘
Jeremy Cheung	Shanchuan Lu 呂山川
Rosanna Li 李慧嫻	Shaoan Chao 趙少昂 (已故)
Kingsley Ng	Van Gogh (已故)
Brian Tilbrook	Monet (已故)
	Michelangelo (已故)
	Titian (已故)
	Kamekura Yusaku 龜倉雄策 (已故)



## 大型主題式展覽及知名藝術家有助提升活動吸引力。

### 有關藝術家的建議

- 宣傳：在展覽場內外，提供有關藝術家的生動介紹。在展覽場內展示藝術家及其作品的介紹短片最能吸引觀眾。
- 堅持：累積高質素的個人作品需時，在他們的作品得到認可之前，持續的經濟支持很重要
- 藝術風格：需是獨特且易於使人辨認的

### 有關展覽安排的建議

- 主題展覽：匯集更多藝術品去豐富參觀體驗
- 充足的作品數量：提供豐富的參觀體驗，讓參觀者沉浸更長時間
- 本土話題：在藝術創作技術或媒介以外，圍繞可讓觀眾產生連結的主題進行創作



“香港人好忙㗎，最好一個展睇到越多嘢越好，感覺越抵。我當你睇一個攝影展，我最好一次睇晒大澳、北區、大西北，咁就令到我唔理係邊個人影，反正都唔識。”

“我建議喺場地加一間房，show藝術家嘅自我介紹短片。老實講，我去完個展覽都唔會搵返個QR code去睇多啲資訊。”

視覺藝術非常活躍參與者

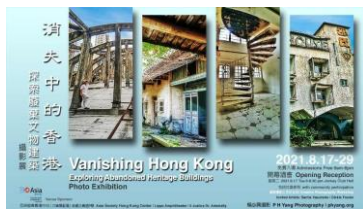
本土和流行的話題能有效地吸引注意力。國際認可和互動設計元素也可以加強可信性。

主題

可信性

**本土**  
 “因為呢個展覽，好多人先知道香港有咁有趣嘅粗獷建築，甚至令我睇完主動去 search。”

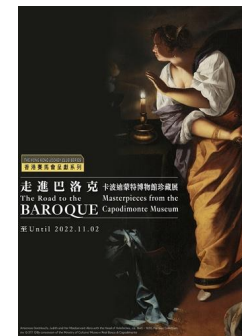
男性 · 28歲



**知名/經典/世界級**

**國際認可**  
 “外國嘅artist經歷一系列嘅事先變得出名。例如佢哋要自己俾錢參加比賽。”

女性 · 35歲



**流行**  
 “幾年前，我睇過一個光影實驗展覽，係第一次有呢種類型嘅展，所以我帶埋呀女去油街睇。”

女性 · 46歲

**互動元素**  
 “呢個表達手法幾互動，吸引到人去，親歷其境。”

女性 · 35歲



參觀者會按照海報去想象他們會在現場看到的內容；展示藝術品和展覽環境有助於理解。

真實的呈現

不符期望的展示

“我以為係個攝影展嚟，點知唔係同一樣嘢。”

男性 · 28歲

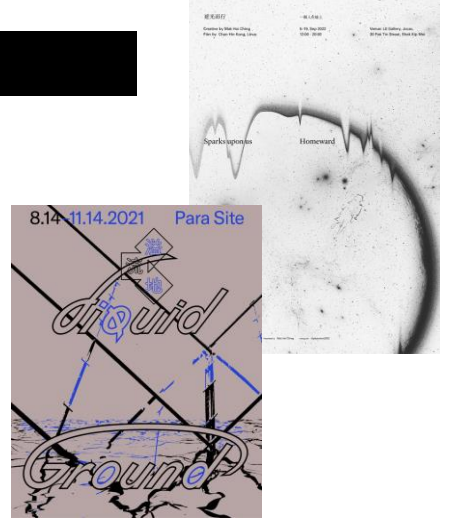


抽象的圖像

對顯示的內容感到困惑

“我睇第一眼唔知呢個係咩嚟，亦都有興趣去諗，所以我亦唔會去睇。”

男性 · 28歲

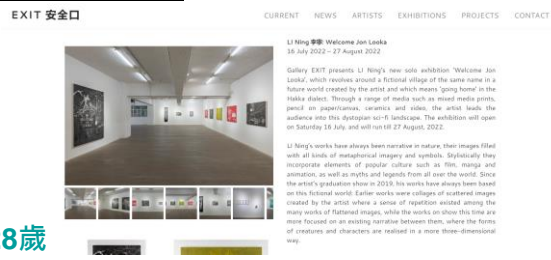


有限的內容

太少展品

“可能呢個展得一幅牆咁多嘅嘢。”

男性 · 28歲

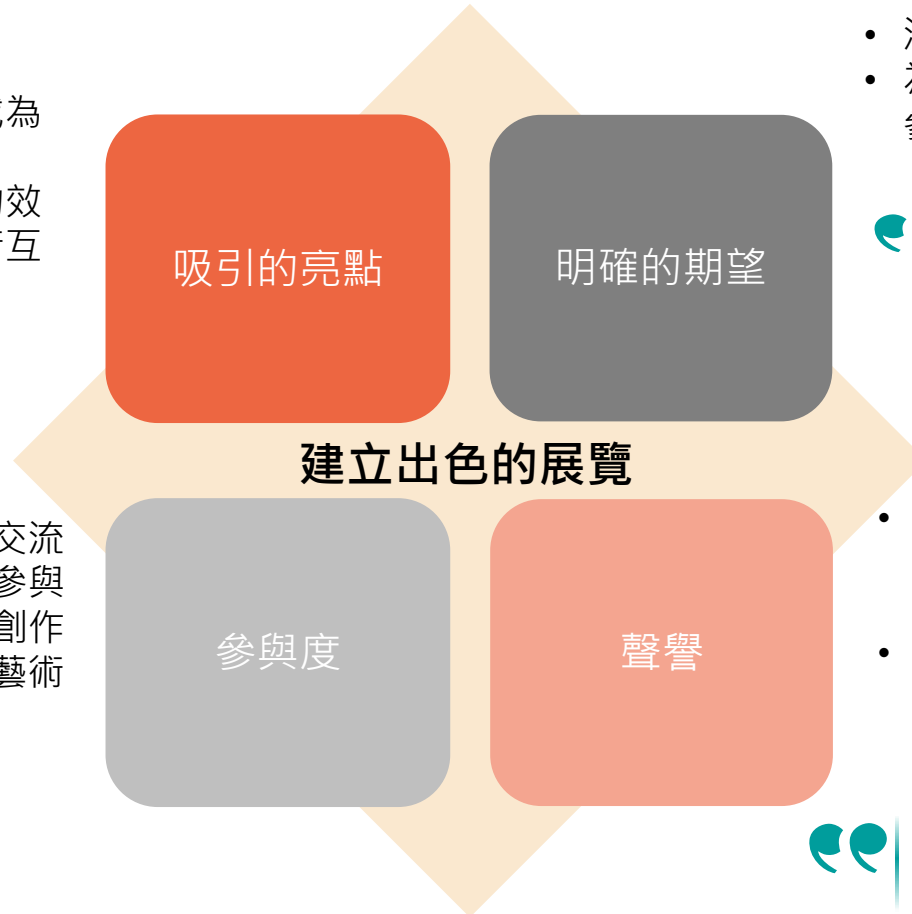




一個好的展覽包括：於宣傳中準確描述展覽規模和藝術品亮點，以幫助參觀者作出明智的決定；及通過具互動性的展覽活動和提高參展藝術家的聲譽來維持展覽的影響力。

- 清晰呈現重要的藝術作品，使其成為展覽的焦點或亮點。
- 利用社交媒體宣傳達到有口皆碑的效果，包括拍照打卡的區域和與藝術互動的區域

- 鼓勵藝術家或舉辦方與參觀者對話交流
- 在展覽中提供互動元素，讓參觀者參與藝術展品的創造當中或進行類似的創作
- 加設短片介紹藝術家及在場展示的藝術品



- 海報和宣傳要真實地呈現展覽中的藝術品
- 為展覽提供充足的參考資訊，包括展品數量和預計參觀時間

“我覺得某程度上宣傳品要俾一個，一個合理嘅expectation。因為有時有一啲展覽就係好似整到好大好誇張咁樣，但係其實入到去睇，完全唔係睇緊啲嘢。咁你就會覺得有啲期望落差。”

視覺藝術非常活躍參與者

- 在展覽前及期間，制定線上和線下的宣傳計劃去推廣參展藝術家，包括他們的背景、藝術特色或創造過程
- 支持本地藝術家參與國際性的藝術比賽、展覽和拍賣，以獲得更多認可

“因為有時有啲作品係過程緊要過成品嘍嘛，可能了解到佢中間，個思路歷程，突然間覺得幅畫正左。可能就咁望，可能唔識欣賞，咁可能了解下佢個創作歷程。”

視覺藝術非常活躍參與者



大部分受訪者會把沉浸式藝術和藝術科技聯繫起來，並覺得它們具有吸引力。他們不認為線上展覽和虛擬實景(VR)展覽是有吸引力的藝術參與方式。



沉浸式藝術

- ✓ 色彩繽紛、有多感官體驗
- ✓ 經常有娛樂性和值得拍照
- ✓ 互動元素可能會帶來驚喜



“去實體展/ 睇實體展品有種現場感，會震撼過就咁睇相。”

視覺藝術非常活躍參與者



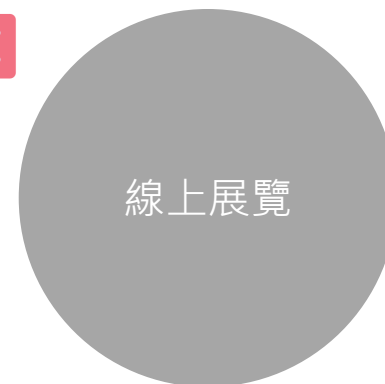
VR展覽

- ✗ 對那些對新技術不感興趣的人沒有吸引力
- ✗ 視覺效果不清晰
- ✗ 大小和角度會出現扭曲的情況



“我有興趣用VR鏡睇展，睇到我好暈。”

視覺藝術偶爾參與者



線上展覽

- ✗ 有距離感，與真實展覽相比參與度低
- ✗ 視覺效果不清晰
- ✗ 大小和角度會出現扭曲的情況



“感覺上幾似Google Map，都易操作，但就有現場感囉。”

視覺藝術非常活躍參與者



“解像度唔夠高，感覺好似打緊機咁，唔係欣賞緊藝術。”

視覺藝術非常活躍參與者



“個展示畫面扭曲咗，唔似現實睇到咁。”

視覺藝術非常活躍參與者



# 受訪者背景

個人資料							參與藝術活動的情況					
性別	年齡	婚姻狀況; 是否有子女	職業	教育程度	家庭月收入	新冠疫情前: 參加的展覽類型	新冠疫情前: 到訪的展覽次數 ( 付費訪問次數 )	過去一年: 到訪的展覽次數 ( 付費訪問次數 )	展覽形式的比例 (實體; 線上)	海外展覽參與比例	未來一年參與藝術活動的意向	
R1	男	28	單身/無子女	教育	學士學位畢業	~25,000	繪畫、攝影、新媒體藝術、雕塑	10 (3)	8 (2)	10%:90%	20%	非常高
R2	女	46	已婚/無子女	資訊科技	碩士	~70,000	綜合展、繪畫、攝影、書法、混合媒介及裝置、雕塑、古董、漫畫、兒童藝術	13 (5)	21 (6-7)	0%: 100%	20%	非常高
R3	男	31	已婚/無子女	物業管理	學士學位畢業	~25,000	攝影、混合媒介及裝置	2 (1)	9 (2)	0%: 100%	10%	頗高
R4	女	35	已婚/無子女	服裝	學士學位畢業	~80,000	繪畫、攝影、書法	3 (0)	6 (0)	0%: 100%	0%	非常高
R5	女	35	單身/無子女	衣飾	學士學位畢業	~50,000	混合媒介及裝置,新媒體藝術、設計、攝影	4 (4)	2 (1)	70%:30%	70%	非常高
R6	男	36	單身/無子女	服裝	學士學位畢業	~58,000	綜合展、繪畫、混合媒介及裝置	5 (2)	NA	NA	10%	不確定

定義:

「過去一年」指2021年9月至2022年8月期間;

「新冠疫情前」指2020年1月前的時段;

「未來一年」指2022年9月至2023年8月期間。

Section appendix

# 相片來源

**香港巴塞爾藝術展**

1張圖片 · 127頁 · 摘錄自：

<https://www.artbasel.com/hong-kong?lang=en>



**Art Central**

1張圖片 · 127頁 · 摘錄自：

<https://artcentralhongkong.com/>



**NGV Melbourne (Behance)**

1張圖片 · 117頁 · 摘錄自：

<https://www.behance.net/gallery/3842565/Pop-Art-Exhibition-Poster>



**TeamLab (Businesswire)**

1張圖片 · 117頁 · 摘錄自：

<https://www.businesswire.com/news/home/20190808005373/en/teamLab-Borderless-Becomes-the-Most-Visited-Single-Artist-Museum-in-the-World>



**新華 (中國日報網)**

1張圖片 · 117頁 · 摘錄自：

<https://www.chinadaily.com.cn/a/202104/09/WS606fec94a31024ad0bab4825.html>



**Cordelia Tam**

1張圖片 · 135頁 · 摘錄自：

<https://www.cordeliatam.com/copy-of-album-1>



**Cornell Chronicle**

1張圖片 · 117頁 · 摘錄自：

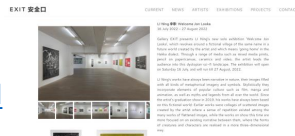
<https://news.cornell.edu/stories/2020/05/immersive-calligraphy-johnson-museum>



**安全口**

1張圖片 · 135頁 · 摘錄自：

<http://www.galleryexit.com/202206.html>





Section appendix

相片來源

清心順行 (Facebook)

1張圖片 · 135頁 · 摘錄自：

<https://www.facebook.com/gwtflow2021/>



Openground (Facebook)

1張圖片 · 134頁 · 摘錄自：

<https://www.facebook.com/659145181112976/posts/1472999543060865/?d=n>



Newsfields (Fodor's Travel)

1張圖片 · 117頁 · 摘錄自：

<https://www.fodors.com/news/photos/largest-art-installations>



Gu Xinxia (環球時報)

1張圖片 · 117頁 · 摘錄自：

<https://www.globaltimes.cn/page/202103/1219189.shtml>



香港特別行政區政府

1張圖片 · 117頁 · 摘錄自：

<https://www.info.gov.hk/gia/general/202103/18/P2021031800643.htm>



快達票

1張圖片 · 127頁 · 摘錄自：

<https://premier.hkticketing.com>



香港畫廊協會

1張圖片 · 117頁 · 摘錄自：

[https://www.hk-aga.org/event/%C2%B18-%EF%BC%8D-a-group-exhibition-of-contemporary-ceramics/tighk\\_1907\\_insta\\_016\\_72dpi1200px/](https://www.hk-aga.org/event/%C2%B18-%EF%BC%8D-a-group-exhibition-of-contemporary-ceramics/tighk_1907_insta_016_72dpi1200px/) ( Slide 117)



香港藝術館

1張圖片 · 127頁 · 摘錄自：

<https://hk.art.museum/en/web/ma/resources/archive/publications/museum-publications.html>



Section appendix

# 相片來源

## Jeremy Cheung

1張圖片 · 128頁 · 摘錄自：

<https://www.rambler15.com/iinn-ssiittuu>



## Klook

1張圖片 · 127頁 · 摘錄自：

<https://www.klook.com/zh-HK/>



## 香港藝術館 (Klook)

1張圖片 · 121頁 · 摘錄自：

<https://www.klook.com/zh-HK/event-detail/101007185-2022-the-road-to-the-baroque/>



## Localiz

1張圖片 · 135頁 · 摘錄自：

<https://www.localiz.com/event/culture-allrightsreserved-facing-the-current-solo-exhibition-yusuke-hanai>



## M+

1張圖片 · 134頁 · 摘錄自：

<https://www.mplus.org.hk/tc/exhibitions/venice-biennale-2022-angela-su/>



## 港鐵公司

1張圖片 · 128頁 · 摘錄自：

[https://www.mtr.com.hk/archive/corporate/en/press\\_release/PR-21-018-C.pdf](https://www.mtr.com.hk/archive/corporate/en/press_release/PR-21-018-C.pdf)



## 大館

1張圖片 · 127頁 · 摘錄自：

[www.taikwun.hk](http://www.taikwun.hk)



## 香港藝穗會 (Timable)

1張圖片 · 117頁 · 摘錄自：

<https://timable.com/en/event/2192284>



## Timable

1張圖片 · 127頁 · 摘錄自：

<https://timable.com/>



Section appendix

# 相片來源

**大館 (Timeout)**

1張圖片 · 120頁 · 摘錄自：

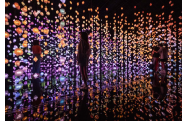
<https://www.timeout.com/hong-kong/art/behind-your-eyelidpipilotti-rist>



**TeamLab (Timeout)**

1張圖片 · 120頁 · 摘錄自：

<https://www.timeout.com/singapore/art/interview-teamlab-story-of-the-forest>



**無綫電視**

1張圖片 · 128頁 · 摘錄自：

<https://news.tvb.com/tc/local/61387f1034b0317c7952230d/%E6%B8%AF%E6%BE%B3-%E8%A5%BF%E4%B9%9DM%E5%8D%9A%E7%89%A9%E9%A4%A8%E4%BB%8A%E5%B9%B411%E6%9C%8812%E6%97%A5%E9%96%8B%E5%B9%95>



西九M+博物館今年11月12日開幕  
news.tvb.com

**TOTO Wonderland (Ulifestyle)**

1張圖片 · 127頁 · 摘錄自：

<https://blog.ulifestyle.com.hk/article/avenusto/4209891/%E5%A4%A7%E9%A4%A8%E5%9B%9E%E6%AD%B8-%E6%BD%9B%E5%85%A5%E4%BD%A0%E7%9C%BC%E7%B0%BE%E7%9A%84%E8%97%9D%E8%A1%93%E5%B1%95%E8%A6%BD>



**Ulifestyle**

2張圖片 · 127及134頁 · 摘錄自：

[炮台山好去處 | 油街實現全新藝術空間！3D藍鯨巨浪光影打卡牆/玻璃屋圖書館/10大展覽介紹 | 港生活 - 尋找香港好去處 \(ulifestyle.com.hk\)](http://ulifestyle.com.hk)



**新假期**

1張圖片 · 127頁 · 摘錄自：

<https://www.weekendhk.com/>



**西九文化區**

1張圖片 · 127頁 · 摘錄自：

<https://www.westkowloon.hk/en>



**Wikimedia commons**

1張圖片 · 117頁 · 摘錄自：

[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mona\\_Lisa-restored.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mona_Lisa-restored.jpg)

