

# 新興的文化創意產業

## 兒童故事館的經營與發展

### Emerging Cultural Creative Industry: Management and Development of Children Story House

廖韻奇

Yun-Chi LIAO

國立台北教育大學藝文產業設計與經營研究所研究生

#### 壹、前言

許多學者相信，人類說故事的歷史遠早於文字的發明（洪曉菁，2000）。也就是說，人類在尚未開化的草莽時代，就已經藉由口耳相傳，一代接著一代的傳遞故事經驗，也將文化一代接著一代的傳講下去。「說故事」既為一種文化的呈現方式，那麼時下「兒童故事館」的興起，正是將「文化」結合「創意」發展而成的新興「文化創意產業」，將以往認為再普通不過的「說故事」行為，搖身一變為具經濟價值的新專業。

新一代的父母，由於所受教育程度與國民所得普遍高於上一代，對於兒女的教育自然也就更加重視，也更願意投注教育成本。加上少子化趨勢，每個孩子都是寶，兒童市場無疑是塊新生的淘金地。根據主計處調查顯示，目前台灣0-12歲兒童約400多萬人，平均每人每月花費以1萬元計，父母投資在兒女身上的金錢，每年就超過4000億元（蘋果日報，2006），實在不容小覷。

2004年6月張大光首先以創意搶得先機，創立了「故事屋」，這是台灣兒童故事館的濫觴。「故事屋」以有形的故事環境作舞台，無形的表演作服務，不僅獲得各界的高度注意，炒熱說故事市場，更吸引了其他兒童劇團轉而投資（如：哇哇故事城

堡）、電視台斥鉅資經營（如：東森YOYO故事屋），經營者為了爭得一席之地，無不致力於研究更具差異化的經營模式，結合最新科技、語言學習等，試圖以更多元化的型態走出自我的格局。

未來，全台灣此類情境式的兒童故事館，必定會如雨後春筍般盛行。因此，本文的主要目的即是比較台灣地區兒童故事館的經營管理現況，分析其未來趨勢以供有心經營兒童故事館者參考。而本文所界定的兒童故事館，定位為有消費者付費行為、有專屬情境空間、有給薪之專業說故事人員者，不包括公共圖書館免費的說故事活動或行動說故事劇團。

#### 貳、「說故事」的意義

「說故事」是成人與兒童之間產生關聯或進行溝通時，一種很自然的方法。成人可透過故事來教導兒童知識、價值或規範，更可在潛移默化中，藉著故事影響兒童整體的性格與行為。兒童在聽故事的過程中，除能獲得精神上的快樂與滿足外，還能提升想像力、闡明事物抽象的真理、培養對文學的愛好、增加語彙等（王振鵠，1978）。

隨著時代的進步，現在的孩子除了從阿公阿

嬖、爸爸媽媽的口中或CD、DVD中聽故事外，還多了一個親身體驗故事劇情的新選擇。以往制式的方法，小朋友都只能或躺或坐，乖乖的用耳朵「聽」故事，只聽不說。而新興的兒童故事館，藉由配合故事情境所設計的场景、音樂、燈光，將孩子直接帶進故事中，甚至可以直接和故事的主角們互動，孩子在這樣的情境下，自然而然會主動提問，或樂於表達他們對故事的看法。透過這樣的潛移默化，孩子對事物的形容會更趨於立體化、圖像化，有較豐富的詞彙去形容一事物，等於是更有效率的培養出表達力與想像力。

## 參、說故事產業概況與競爭力分析

### 一、目標市場

說故事產業的目標市場大約是年齡在3歲至12歲之間的小朋友，也就是介於幼稚園到國小的兒童。

## 二、國內外市場概況

兒童故事館的風行，最可貴之處在於這是屬於台灣人自己的好創意，也意味著國人生活品質的向上提升，因為即使是在日本、歐美等先進國家，都沒有前例可循，頂多也只有遊戲空間與故事區而已（張大光，2004），罕有將說故事當成一個重要產業來經營。

台灣最早的兒童故事館創立於2004年，繼之而起的兒童故事館也逐年增加，目前較具規模的包括「故事屋」、「哇哇故事城堡」、「YOYO故事屋」和「插電兔子窩」等。

根據蘋果日報2005年2月12日的報導，2004年首創的「故事屋」其月營收估計達六十萬元。而聯合報更於2006年6月1日的報導中指出，「故事屋」目前每月可吸引的人次已逾兩千人，月營收估計更可達七十萬元，扣除成本月盈餘約可達十餘萬元。東森電視台商品部總監陳芸懷說：「自製商品及授權的周邊效益，預估未來一年可創2000萬元以上營收，YOYO故事屋是YOYO節目繼玩偶周邊商品後



六位哇哇故事魔法師，是哇哇故事城堡最重要的資產喔！（哇哇故事城堡提供）



每一位哇哇故事魔法師都能帶給小朋友故事世界的驚奇與幻想。（哇哇故事城堡提供）



哇哇故事魔法師常受邀外出進行說故事演出。（哇哇故事城堡提供）



另一大商機。」(蘋果日報, 2006), 可見這塊市場高度的發展潛力。

### 三、國內兒童故事館簡介

以下便針對台灣目前較具規模的四家兒童故事館, 包括「故事屋」、「哇哇故事城堡」、「YOYO故事屋」和「插電兔子窩」等分別簡述:

#### (一) 故事屋

成立於2004年的「故事屋」座落於大安森林公園旁, 是全國首創的兒童故事館。創辦人張大光先生原是金革唱片的唱片企劃, 因為女兒的出生使其有感於說故事對小朋友的深刻影響, 加上創立一間「故事屋」原本就是他的夢想, 因此便與朋友合作, 運用創意建造了台灣第一間故事屋(生命力網頁, 2004)。

目前在大台北地區共有兩間「故事屋」, 分別位於大安區與士林區。未來故事屋計劃將進軍南部地區, 準備在台南與高雄地區開設分店。故事屋不提供加盟, 每一家都是直營, 創辦人希望能藉此保障每一間故事屋的品質。

#### (二) 哇哇故事城堡

「哇哇故事城堡」原名「哇哇童話館」, 創立於2005年6月, 座落在羅斯福路上, 創辦人王立安與利政南同時也是「哇哇劇場」的團長與資深兒童劇場人, 因此哇哇故事城堡也可說是國內第一個由兒童劇場轉投資的兒童故事館。其有感於近年來越來越多孩子有「人我關係」混淆的問題, 因此他們集結起多位具有豐富經驗的資深兒童劇場專才, 將說故事老師統稱為「魔法師」, 以專業表演訓練及專業兒童劇團的豐富資源作後盾, 打造出哇哇故事城堡這宛若一故事劇場的說故事場域(財團法人國家藝術基金會, 2005)。

特別的是, 「哇哇故事城堡」有別於其他故事館, 堅守只有一人也開場說故事的策略, 以便利性來吸引附近學區的父母。

#### (三) YOYO故事屋

「YOYO故事屋」於2005年12月8日正式開幕, 座落於台北巨蛋, 投資成本逾千萬, 佔地近140坪, 是目前全台最大的故事屋。YOYO故事屋由東森集團斥資打造, 與趙自強所領軍的「如果兒童劇團」合作, 以劇場式的



又帥又酷的帥哥魔法師。(哇哇故事城堡提供)

敘述方式並加入趣味遊戲, 讓孩子不但可以聽故事還可以玩故事。此外, YOYO故事屋還會定期邀請小朋友在家常看的東森幼幼台裡的水果家族與小朋友相見歡, 另有為小朋友設計的律動課程。

#### (四) 插電兔子窩

「插電兔子窩」的經營者為插電兔子國際股份有限公司, 成員包括林建華、鍾紫茵、Jeremy Lee Monk等, 來自藝術、教育、媒體與高科技等不同領域的經理人所組成。因此, 主要特色就是致力於整合數位科技, 例如: 科技整合教育、互動式藝術表演、或互動裝置藝術的呈現等等(插電兔子窩網頁, 2006)。

在互動科技的新經營模式之外, 插電兔子窩更採取用英語說故事的策略, 以科技結合語言學習, 為說故事市場投入一枚震撼彈(蘋果日報, 2006)。

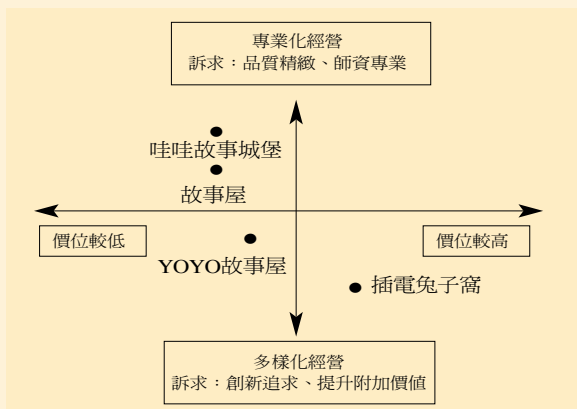
以下即分別就台灣地區各家兒童故事館的成立概況, 製表簡介如表1:

名稱	故事屋	哇哇故事城堡 (原名：哇哇童話館)	YOYO故事屋	插電兔子窩
項目				
創立時間	2004年6月	2005年6月	2005年12月	2006年2月
投資成本	約300萬元	約600萬元	約1000萬元	約500萬元
坪數	約100坪	約100坪	約140坪	約60坪
開放時間	10:30-19:00 週一公休	10:30-19:00 週一公休	10:30-20:30	10:00-19:00 週一公休
單場收費範圍	NT 150-300	NT 150-300	NT200-300	NT 200-500
經營者	創辦人張大光原是金革唱片的唱片企劃。	創辦人王立安與利政南同時也是「哇哇劇場」的團長與資深兒童劇場人(國內第一個由兒童劇場轉投資的兒童故事館)。	東森YOYO台(與如果兒童劇團合作)。	林建華等來自不同領域的資深經理人所組成。
故事呈現手法	大型繪本互動	戲劇敘述方式並以立體道具融入情境	戲劇敘述方式結合遊戲帶動	多媒體互動
優勢	市場領導地位(成立時間最早)	劇團專業/社區型經營型態(一人就說故事)	劇團專業/媒體資源	數位媒體應用/中英雙語併用

■表1 台灣地區各家兒童故事館成立概況(資料來源：作者整理，2006)

#### 四、國內兒童故事館市場定位

根據上述比較，我們可看出各家業者之市場區隔是有差異的，連帶也會影響顧客的購買行為及動機。部分業者致力於將說故事本身朝向更專業化發展，在師資的篩選和訓練上穩紮穩打，力求說故事的品質朝向更精緻化、專業化；另一方面，部分業者則致力於強化說故事產業的附加價值，結合語言、科技、肢體律動等，將兒童故事館朝向多樣化發展。其市場定位圖如下圖1：



■圖1 國內兒童故事館市場定位圖(資料來源：作者整理，2006)

#### 肆、說故事產業產品製程與特性說明

##### 一、主要創意產品

提供說故事服務及配合故事內容的環境，為一個讓孩子能一起說故事、聽故事、看故事、演故事、玩故事的平台。呈現的方式各有不同，如「故事屋」是以大型繪本的方式呈現；「哇哇故事城堡」則是利用手工製作的立體道具，結合戲劇的演出；「插電兔子窩」則是利用數位的媒體科技、3D動畫來呈現。

故事的主題大多以生活、品德、家庭、友情等概念來發展。

##### 二、產品發展階段

由於兒童故事館裡所使用的故事，若是經由現成繪本來使用，就有可能牽涉到智慧財產權的問題，因此，目前坊間兒童故事館的故事生產過程，多半是由說故事老師以現有繪本或故事來發想創作，經由團體討論、激盪、修正之後成形，再開始進行道具的製作、實驗、審查等程序，最後才會呈現在小朋友的面前。

以「哇哇故事城堡」為例，其產品開發過程如下圖2：

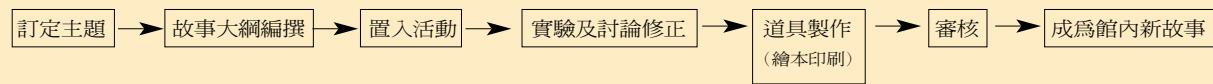




奇妙的妙不妙不但可以演戲，還有變化多端的景片喔！  
(哇哇故事城堡提供)



妙不妙裡的小機關與故事魔法師。  
(哇哇故事城堡提供)



■圖2 「哇哇故事城堡」產品開發過程 (資料來源：作者整理，2006)

另外一提，不同於「哇哇故事城堡」以劇場敘述方式結合遊戲來說故事，其道具多半由說故事的「魔法師」自製，「故事屋」則是以大型繪本作爲說故事的道具，爲了保有原創性，特別與國內十一位兒童繪本插畫家合作，每一張圖都是請人依照設計後的故事情節一張張畫出來的，也因此，其每月光更新教材的成本就高達廿萬元（聯合人力網，2006）。而「插電兔子窩」則是在自製繪本後，再轉製成3D動畫，以一層樓高的螢幕放映取代大書（蘋果日報，2006）。

### 三、產品的核心競爭優勢

兒童故事館裡的故事，每個月都會定期更換（YOYO故事屋每半個月更換一次），每檔有三個故事供孩子及家長自由選擇，可提供小朋友常態性參與的機會。相較於一般兒童劇團，所推出的劇碼檔

期並無固定，一年只可能推出一到三場大型製作，並無法滿足小朋友常常想聽故事的需求。

然而，也有人會質疑說故事收費的合理性，根據張大光（2004）指出，兒童故事館是一個有趣味、有想像空間的童話空間，收費不僅是貫徹「使用者付費」的概念，更是維持與管控品質的保證。

事實上，只要身歷其境後便會知道，這些兒童故事館的說故事方式有別於一般圖書館或學校裡的免費說故事活動。其大量運用互動式媒體、情境式的場景設計與聲光效果，經由說故事老師（魔法師）豐富誇張的肢體語言的帶領，引導孩子完全融入故事中並實際參與。對兒童而言，聽完一場三百元的說故事活動就猶如看了一場極富教育意義又歡樂的好萊塢式電影，而這也正是說故事產業最主要的核心競爭優勢。







大水來了，快逃囉！  
（哇哇故事城堡提供）



炫不炫的海底世界實在是太炫了！（哇哇故事城堡提供）



## 伍、說故事產業經營管理

### 一、組織結構

說故事產業的投資與經營者，並無侷限特定領域的專業背景。目前市場上的經營者包括：藝術創作者、教育工作者、媒體人、科技新貴、唱片企劃……等等，只要有為孩子服務的熱忱，就可以成為說故事產業的生力軍。

由於說故事產業正處於嘗試摸索階段，目前除了「YOYO故事屋」背後有強大財團的力量支持，可以大規模、高成本的方式投注經營之外，其餘的兒童故事館皆以較精簡的人事編制經營，目前「故事屋」大安店的工作人員包含行政、會計與說故事老師僅有四人；「哇哇故事城堡」則設專職行政人員一人，其餘六人除了處理行政事務外，也身兼童話館的故事魔法師；至於「插電兔子窩」則是明確區分經營行政與故事教學，目前經營團隊與說故事老師各三人。

### 二、人才招聘與培訓

目前各家兒童故事館在招募說故事人才的資格限定上，並無明確條件限制，多半是經過面試挑選出具潛力者，錄取後再給予專業的職前課程訓練。

「哇哇故事城堡」創意總監王立安表示，哇哇

故事城堡以劇場的思維角度經營，因此也會要求其魔法師具備專業劇場能力，除了唱作俱佳，包括故事的發想編撰、道具製作、場景營造等等，都是哇哇魔法師必需做的事。因此，哇哇故事城堡會為剛錄取的魔法師安排兩個禮拜密集的職前訓練，聘請劇場界的專業名師培訓，經過一段時間實習後才能正式上場。

而關於說故事老師的待遇，根據全國就業eJob網（2006）的報導中指出，以「故事屋」裡的說故事老師來說，其上班時間是早上九點半到晚上八點。週休二日，但通常不是週末休假，因為週末往往是故事屋最熱鬧的時間。新進的說故事老師在二個月的試用期間月薪約二萬五千元，這段時間不須上台說故事，每天的工作就是重複觀摩有深厚經驗的老師們如何說故事、如何帶領兒童在故事情境中互動學習、處理現場突發狀況。渡過試用期成為正式的說故事老師後，月薪則大約在三萬五千到四萬元之間。

### 三、收費方式

目前由於說故事的市場才剛起步，業者在價錢的訂定上也趨於保守一致，大多都是單聽一小時，收費在三百到五百元之間，購買月票、會員卡則有不同折扣，最低可降至一百五十元。茲列表如下：

故事館名稱 票卷種類/ 價格(元)	故事屋	哇哇故事城堡	YOYO故事屋	插電兔子窩
單次票券	300/1張	300/1張	300/1張	500/1張
月票	600/3張	無	660/3張	1200/3張 (另有季票：3000/10張)
套票	2000/10張	2000/10張	2000/10張(限期一年)	無
親子券	100/1張	100/1張	100/1張	150/1張
會員卡優惠	5400/36張(有效期3年)	3600/24次(有效期1年)	無	*VIP會員 5000/25張 *終身VIP會員10000/50張
其他	無	1.團體另有優惠 2.特別故事課收費標準不同	20人以上團體另有優惠	第一次親子體驗卷 300/1小孩+1家長

■表2 資料來源：作者整理（2006）

說故事產業由於目前消費者的選擇並不多，因此議價空間不高，家長看到孩子熱愛到故事館聽故事，即願意成為業者既定價格的接受者。若能善加利用網路及媒體的宣傳手法，讓消費者接收到更多良好評價，正面提高帶孩子去故事館聽故事的附加價值，還可以使消費者的議價力更低。

#### 四、場地佈置與特色

年齡在3歲至12歲之間的兒童很容易被鮮豔分明的色彩、極具巧思的佈置所吸引（林憶紘，2006）。這段期間的孩童注意力不易集中，因此目前各家業者無不挖空心思，企圖以極具創意的造景佈置結合生動獨特的說故事手法來緊緊抓住小朋友們的眼光。以下則針對各家兒童故事館不同的場景布置與說故事特色作個別描述：

##### （一）故事屋

「故事屋」裡整體的空間設計，斥資約兩百五十萬元，由國內兒童劇舞台設計師黃日俊及舞台搭建專才黃建達來共同打造（聯合人力網，2006）。目前在大台北地區共有兩間「故事屋」，兩家分店各擁有三個不同布景的房間——大安店為「天空之城」、「巨人的書桌」、「奇幻森林」；士林店則為「小魔女的家」、「魔法貓公車」、「恐龍世界」。

當小朋友一走進這些房間，就彷彿是走進了另一個屬於童話的世界，房間裡都放了一本高達2.4公尺比大人還高的書，裡面的圖片都是由創辦人張大光請專門繪畫童書的畫家為故事特別設計，房間的牆上也有色彩豐富的壁畫，營造出活潑又可愛的童話世界。（財團法人國家藝術基金會，2005）

##### （二）哇哇故事城堡

「哇哇故事城堡」整體的空間大小約100坪，是由國內知名舞台設計師、插畫家與哇哇劇場共同打造的空間。內部涵蓋三個主題館：「雲不雲」、



蘋果樹變成了大野狼。（哇哇故事城堡提供）

「炫不炫」、「妙不妙」，三者又分別代表三個主題——空中城堡、奇幻海底與神話廟口。每個月所上演的故事，也就隨著三個不同的空間屬性來創作：「雲不雲」裡有一尊大型的天神張大嘴巴歡迎小朋友進入，地板利用波浪狀的海綿軟墊模仿讓小朋友站都站不穩的雲朵，述說著極富教育意義的故事；「炫不炫」房間裡的壁畫則是充滿色彩鮮艷的蝦兵蟹將，並利用深藍色會旋轉彩燈的變化，帶小朋友進入海底的神秘世界，聽有關奇幻驚異的冒險故事；「妙不妙」則是以野台戲的概念設計，以中國古老的故事或是耆老相傳的人生哲學為主題（哇哇故事城堡網頁，2006）。創意總監王立安表示，當初為極盡所能的強調真實感，所有壁紙、地板繪圖全用大型圖像輸出，成本就超過五十萬元，並堅持將所有故事元素都用立體化的道具呈現，使小朋友能更身歷其境。



### (三) YOYO故事屋

「YOYO故事屋」佔地近140坪，是全台目前最大的兒童故事館，一共規劃有「頑皮森林」、「水果樂園」、與「YOYO星球」三大主題館，並分別擁有不同的視覺空間設計。其中，「頑皮森林」內設有波浪造型彈簧墊，小朋友可以在裡面盡情伸展肢體；而進入「水果樂園」除了可以聽有趣的故事之外，小朋友還可以一起跟著YOYO點點名歌曲一起律動；至於「YOYO星球」則偏重知識性的故事內容，並以互動方式啓發孩子的學習興趣。

有別於其他兒童故事館一個月換一次故事內容的作法，YOYO故事屋每二個星期各主題館就會更換一次故事內容，為其經營的一大特色（東森新聞網，2006）。

### (四) 插電兔子窩

「插電兔子窩」佔地約60坪，設有三大主題館，包括：「魔術館」、「互動館」和「音樂館」，每個館不僅在佈景上有所不同，更結合了不同的教學目的與學習目標。

其中，「魔術館」以「馬戲團嘉年華會」為主題，著重兒童的語言發展與內省體驗；「互動館」則以「電力島」的情境規劃，設計不同的遊戲讓兒童實際參與，結合兒童好動的天性，引導兒童學習同儕間的相處與團體互動合作的技巧；而「音樂館」的情境規劃則是讓兒童彷彿是坐在各式各樣不同的雲層中，一面聽音樂一面聽故事，啓發音樂相關智能（插電兔子窩網頁，2006）。

## 陸、未來趨勢

關於兒童故事館未來的經營發展趨勢，筆者認為有以下幾點方向可供參考：

### 一、結合數位多媒體

現在的社會，正處於數位科技迅速發展的時代，跨媒介、跨文本的呈現已成為趨勢，未來兒童故事館在實體的道具、佈景之外，若能結合多媒體影像設計、數位科技應用（如動畫影片、與機械玩偶互動、觸控式螢幕等），建置多元豐富的數位學

習內容與聲光情境，將帶給小朋友與家長們全新的五官感受。如此一來，除了兒童更樂於主動參與外，亦可提升家長的認同感，願意投注較高代價在故事館的學習歷程上。

### 二、強化教育功能

將「教育學習」的功能包裝進故事內容裡，可讓說故事行為成為兒童閱聽學習的橋樑。以語言學習為例，語言是未來全球化社會必要的競爭工具，隨著家長對語言學習的日漸重視，兒童故事館內使用外語或雙語併用的說故事模式，使兒童在遊戲聆聽的潛移默化下增進語言能力，增加兒童聽故事的附加價值，可成為家長願意送孩子到故事館聽故事的誘因。

### 三、異業結盟

兒童故事館建構了一個新願景，雖吸引了越來越多經營者投入市場，但要成功推動並維持獲利也非易事，未來兒童故事館可與幼稚園、才藝中心、旅遊業、航空業、遊樂園、媒體等行業做異業結盟（如飛機上的兒童專屬頻道播放故事館自製節目、遊樂園推出套裝行程），或與其他行業組成策略聯盟，兼採不同領域的專長與資源，尋求新的獲利模式拓展市場版圖、創造較高營收，發揮最大的綜效。

### 四、精緻化經營

故事人人愛聽，但如何將故事說得動聽，如何讓館內故事保持優良水準，才是業者必須面對的最大挑戰。以「故事屋」為例，一年所需的故事數量即高達108個（張大光，2006）。面對競爭愈趨激烈的市場，未來業者的首要之務即應不斷開發具吸引力、創新、不流於陳腔濫調且富教育意涵的故事內容，兼顧創意與精緻要求寓教於樂。以讓消費者付費聆聽並參與「精緻化互動故事」為利基，以免為市場機制所淘汰。

### 五、多角化經營

多角化經營的策略可讓兒童故事館利用競爭優勢來延伸相關服務。從師資培訓班、故事繪本創作

教學到道具布景製作教學等，當中可形成一個能互相支援的產銷關聯網絡。除此之外，還有由故事內容所衍生出的概念商品、相關產業（如童話書坊、故事主題餐廳、故事主角周邊商品）等，或是將故事情境由室內空間延伸到真實世界、多方響應官方及民間活動、與大眾傳媒合作等，既建構主體特色，又可為故事館的營運帶來多樣化的經濟來源。

## 六、社區化經營

一旦兒童故事館的數量增加，各家差異性減少，社區化的經營型態便會成為趨勢。強調社區互動的兒童故事館，可藉由與社區相關的活動規劃，吸引社區成員的集體參與。兒童故事館若能掌握此地利之便的優勢深耕地方，社區內的兒童即能成為穩固且忠誠度高的客源。

## 柒、結論

范以欣（2005）指出，文化創意產業或文化產品，並非一味的回復過去、堅持傳統才符合其本質，反而是將優質的文化粹取出以後，再藉由文化的包裝來增加其附加價值及創造商機與特色。因此，兒童故事館的經營者應認知到經營兒童故事館的重點不在於硬體的裝潢設計，真正的軟體經營與內涵，才是能否永續經營的要素。

說故事成爲一種職業已是「事實」，證明了台灣的確有人願意付費讓孩子聽故事，也證明了這項文化創意產業在台灣的可行性。現在這個行業在台灣尚在起步階段，預估將來市場會日漸擴大、產業會益趨成熟，並連帶帶動其他周邊產業，如相關師資培訓市場、訓練小朋友說故事、表演故事的培訓班、創意故事道具製作等等，儼然形成了一條嶄新的產業鏈，無疑是小創意帶來無限商機的最佳證明。

### ■參考資料

林怡心（2001）：公共圖書館推行說故事活動之研究——以臺北市圖書館為例。淡江大學資訊與圖書館所碩士論文。  
洪曉菁（2000）：說故事研究。台東師範學院兒童文學研究所碩

士論文。

藝類（2006）：前進插電兔子窩，拜訪現代說書人。四月號，第六版：藝念。

夏學理等（2004）：藝術管理，頁581-591。台北：五南。

范以欣（2005）：文化產品行銷定位與策略。社區總體營造學會第四十三期電子報。http://www.cesroc.org.tw/eNEWS/index43.htm

孫懷宣（2004）：說故事賺大錢 投資三百萬，月營收六十萬。終身學習綜合討論區。http://www.ce.cyut.edu.tw/bbs/show.asp?id=244&bd=2&total=1

全國就業eJob網（2006）：Super上班族——說故事老師。http://www.ejob.gov.tw/app1\_post.php?cat=app1\_su&seqno=27

財團法人國家藝術基金會（2005）：創意ABC案例名稱：哇哇童話館。http://www.ncafroc.org.tw/news/index\_news.asp?ser\_no=462

優仕網（2006）：優仕大人物：故事屋——讓說故事變成一種專業！——林憶紘。http://www.youthwant.com.tw/column/index.php?id=0601026

ETtoday東森新聞網（2006年1月4日）：YOYO故事屋。http://www.ettoday.com/2006/01/04/91-1889591.htm

ETtoday東森新聞網（2005年12月9日）：臺北巨蛋YOYO故事屋開幕，水蜜桃姐姐、香蕉哥哥現身。http://www.ettoday.com/2005/12/09/340-1879691.htm

聯合人力網（2006年6月1日）：比手畫腳說故事也能賺錢。http://pro.udnjob.com/mag2/tool/storypage.jsp?f\_ART\_ID=24334

蘋果日報（2006年3月5日）：說故事賺大錢 劇團科技人 搶兒童商機。http://www.abss.com.tw/93report/950305-1.htm（2006年5月15日瀏覽）

國立中央圖書館臺灣分館（2006）：活動報報：說故事活動。http://www.ntl.edu.tw/kid/04-event-01.asp

生命力網頁（2004）：張大光，打造魔幻故事屋。http://140.136.88.205/vita5/archives/000198.html

故事屋網頁。http://www.kidstoryhouse.com.tw/  
哇哇故事屋網頁。http://www.wowhouse.com.tw

YOYO故事屋網頁。http://yoyostory.ettoday.com

插電兔子窩網頁。http://kidsstoryroom.com/chinese/