

臺北市政府創意提案競賽提案表

提案類別	<input type="checkbox"/> 創新獎 <input checked="" type="checkbox"/> 精進獎 <input type="checkbox"/> 跨域合作獎																		
提案年度	106 年度																		
提案單位	產業發展局農業發展科																		
提案人員	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 60%;">主要提案人：賴知妍 技士</td> <td style="text-align: right;">貢獻度：14%</td> </tr> <tr> <td>參與提案人：費靖茹 聘用研究員</td> <td style="text-align: right;">貢獻度：12%</td> </tr> <tr> <td>李燕儒 股長</td> <td style="text-align: right;">貢獻度：11%</td> </tr> <tr> <td>沈裕斌 會展基金會主任</td> <td style="text-align: right;">貢獻度：11%</td> </tr> <tr> <td>陳文鑠 會展基金會副執行長</td> <td style="text-align: right;">貢獻度：12%</td> </tr> <tr> <td>劉永修 科長</td> <td style="text-align: right;">貢獻度：10%</td> </tr> <tr> <td>高振源 主任秘書</td> <td style="text-align: right;">貢獻度：10%</td> </tr> <tr> <td>林崇傑 局長兼會展基金會執行長</td> <td style="text-align: right;">貢獻度：10%</td> </tr> <tr> <td>林欽榮 副市長兼會展基金會董事長</td> <td style="text-align: right;">貢獻度：10%</td> </tr> </table>	主要提案人：賴知妍 技士	貢獻度：14%	參與提案人：費靖茹 聘用研究員	貢獻度：12%	李燕儒 股長	貢獻度：11%	沈裕斌 會展基金會主任	貢獻度：11%	陳文鑠 會展基金會副執行長	貢獻度：12%	劉永修 科長	貢獻度：10%	高振源 主任秘書	貢獻度：10%	林崇傑 局長兼會展基金會執行長	貢獻度：10%	林欽榮 副市長兼會展基金會董事長	貢獻度：10%
主要提案人：賴知妍 技士	貢獻度：14%																		
參與提案人：費靖茹 聘用研究員	貢獻度：12%																		
李燕儒 股長	貢獻度：11%																		
沈裕斌 會展基金會主任	貢獻度：11%																		
陳文鑠 會展基金會副執行長	貢獻度：12%																		
劉永修 科長	貢獻度：10%																		
高振源 主任秘書	貢獻度：10%																		
林崇傑 局長兼會展基金會執行長	貢獻度：10%																		
林欽榮 副市長兼會展基金會董事長	貢獻度：10%																		
提案範圍	(一) 有關本府重要市政計畫、市政白皮書、市長政見及重大政策等之改進革新事項。																		
提案名稱	會展基金會轉虧為盈-花博會展館轉型成全台灣首創親子、小農、會展、青創基地																		
提案緣起	<p>2011 年花博會落幕，花博會展場 91.8 公頃，除大佳河濱公園區因屬於行水區，恢復原河濱公園外，其餘圓山、美術、新生園區面積約 40 多公頃並有 13 座展館予以保留營運，維持花博展出內容之特色與品質。花博公園營運模式經評估以「基金會營運管理」為最佳方案，故成立「財團法人會展產業發展基金會」，依據臺北市特定會展產業設施運用辦法，簽訂臺北市花博公園運用管理行政契約，營運管理花博公園，讓花博經驗持續傳承。</p> <p>本府於民國 100 年捐助成立財團法人臺北市會展產業發展基金會（以下簡稱基金會），以持續營運花博公園，推動本市會展、設計產業之發展，並受臺北市政府產業發展局（以下簡稱產業局）指定無償運用花博公園，以營運花博公園園區及場館、帶動周邊產業發展、提升休憩環境品質、推動會展及設計產業發展、爭取舉辦國際大型會議展覽及賽會，及促進國際交流等為宗旨。</p> <p>基金會成立之初，因營運模式尚未穩定，且民眾對花博園區的服務品質尚存花博時期的高規格期待，故市府編列經費全額補助基金會維運園區。101 年至 104 年分別補助基金會 4.75 億元（實際支出 3.66 億元）、102 年補助 3.38 億元（實際支出 2.91 億元）、103 年補助 2.53 億元，104 年補助減至 1.78 億元，雖逐步遞減補</p>																		

	<p>助金額，市府每年仍需投入超過 1 億元營運花博公園。</p> <p>為減少市府負擔，產業局自 104 年起即與基金會研議後續開源節流方案，透過場租調整、場館委外、新增收費場地與新增廣告收入等開源作為，進一步提升營運績效，並同時維持民眾滿意度。自 105 年度起，市府不再編列經費補助，基金會以「盈虧自負」及「收支平衡」為營運目標，自籌經費持續營運花博公園內會展場館，逐步轉型朝向推動會展產業及創新產業發展，並結合花博農民市集，開發田園城市資材展售平台、社區園圃推廣中心等新據點，讓花博會展館轉型成全台灣首創親子、小農、會展、青創基地。</p>
<p>實施方法、過程及投入成本</p>	<p>一、營運花博公園自負盈虧、服務品質不打折</p> <p>(一)遭遇考驗</p> <p>2011 年台北花博會落幕，創下參與人數近 900 萬人次之佳績，因應民眾期待，市府參考國際案例捐助成立會展基金會持續花博公園，惟因基金會營運初期各項營運模式尚未穩定，且民眾對花博園區的服務品質尚存花博時期的高規格期待，故市府仍須編列經費全額補助基金會維運園區。101 年至 104 年分別補助基金會 4.75 億元（實際支出 3.66 億元）、102 年補助 3.38 億元（實際支出 2.91 億元）、103 年補助 2.53 億元，104 年補助減至 1.78 億元，雖逐步遞減補助金額，市府每年仍需投入超過 1 億元營運花博公園。</p> <p>(二)突破困境之策略及方案</p> <p>1.結合民間資源及調整展館營運模式之開源規劃</p> <p>(1)調升爭艷館、圓山廣場、入口廣場、花海廣場場租 50%（平均），以與市場行情相符（目前世貿三館及華山園區場租較花博公園高出 4~7 倍）：固定場租及權利金收入可由每年約 5,000 萬元增加至 6,234 萬元。</p> <p>(2)活化運用場館，引進民間資源合作，每年節省 3,000 萬元營運費用，另可增加 1,072 萬元權利金收入： 流行館經與遠東集團重新議約後，每年新增 400 萬元場地使用費（至 105 年 8 月）。夢想館、臺北機器人館、典藏植物園（原未來館）等展館原由市府補助經費交由會展基金會自行營運，需投入經費每年約 3,000 萬元。自 105 年度起，除典藏植物園交由公園處維運外，夢想館、機器人館及原未來館咖啡廳空間，重新公開招標徵選營運廠商，除可減省營運經費外，每年另可收取權利金約 672 萬元。</p> <p>(3)原由市府補助會展基金會自辦花卉裝置藝術設計大展、戶外景觀設計大展、愛與芬芳國際花藝設計大展、臺北市會展及設計產業相關活動，及園區內各類藝文活動，免費提供市民參與，每年需投入經費約 4,365 萬元，105 年起逐步改由市府編列預算</p>

補助支應之方式轉由變為與專業領域團體合作、尋求贊助或以收費方式辦理，每年可減省 4,365 萬元，增加空間運用收入約 2,100 萬元，並擴大合作範圍及對象。

2.因應新業務拓展調整組織之節流規劃

- (1)基金會原維管三園區場館及公共空間共約 32.1 公頃之保全、清潔、機電、土木與園藝之維護，現調整集中爭艷館圓山園區部分空間、舞蝶館及新生四館，約 11.1 公頃。預算從 5,500 萬元調減 58% 至 2,300 萬元。
- (2)其餘園區公共區域約 21 公頃，原採花博期間模式高規格維護，現回歸一般公園維護基準，並依照市府分工，交還公園處維運。
- (3)原會展基金會採花博會規格營運花博公園，所需營運人力 65 人，所需費用每年約 4,071 萬元，自 104 年度起逐步精簡人力規模，105 年度以 35 人左右之規模重新調整組織任務，所需費用約 2,243 萬元，每年可減省約 2,000 萬元。另配合市府政策，積極推動臺北市會展及新創業，除既有花博公園營運任務外，另調整組織負責承攬會展與新創業務。

二、積極拓展會展產業及創新創業產業人脈，與新創團隊合作，活化場館利用，提供創新產業發展空間

運用花博公園圓山園區原花博營運總部辦公空間，規劃為全國第一座公辦新創基地，透過對外招租模式，年租金 270 萬元。營運團隊以舊建物改造成人性化、機能性的新創空間，提供國內新創公司、海外知名新創公司、共同工作空間。

三、與全國各地小農合作，打造產地直銷小農基地

(一)營運瓶頸

隨著社會對食安議題的重視，想直接跟農夫買農產品的消費者愈來愈多，因此本局與中央單位、各縣市政府、各級農會合作，委託台北市農會，找來種植安心蔬果、有機認證、CAS 標章或通過產銷履歷驗證的小農加入，並依照農產品的產季安排縣市主題週，讓在地小農與台北的消費者面對面介紹自己種的農作物，不僅為消費者提供新鮮的特色農產品，也開始讓許多農民朋友思考如何將傳統農產品轉型、凸顯自己產品的特色，建立自己的品牌。在營運過程中，發現小農周末遠從台灣各地來到台北市展售，必須克服交通、住宿成本高，農產品配送困難，及小農對田間作業很熟悉，卻對向消費者介紹、行銷自己的農產品很不在行的困境。

(二)突破困境之策略及方案

鑑於此，本局在營運農民市集上，規劃了中大型的冷凍、冷藏設備，並提供農產品物流收件服務，讓遠地而來的小農可以降低農產品運送的耗損，也提高農產品的新鮮安全度。此外，為了讓農民知道如何介紹、行銷自己的農產品，農民市集特定邀請專業

講師為農民上攤位陳設及農產品介紹課程，讓小農更知道如何與消費者對話交流。

另外台北花博農民市集還創設「農學講堂」，配合節令設計農業文化推廣課程，將農業知識及農產品食材烹飪等教學融入市集活動之中，教導民眾農業及農產品食材料理等相關知識，如脆梅DIY、釀番茄教學、小黃瓜料理、手工米穀餅乾、火龍果和風醬教學等，還有種子異想世界、園藝繁殖法之扦插、嫁接、壓條等農學知識教學，亦有動手製作蔬果小物教學，如番茄小吊飾DIY、香蕉羊毛氈精美小吊飾、茶皂DIY等。

(三)創新

花博農民市集不斷有新的IDEA，除了積極與各縣市合作外，也結合了中西方多樣化的樂曲，例如SAX風表演、鋼琴+唱歌、田園國樂團、法國號演奏、雙吉他表演、sax重奏等等，透過花博音樂會，讓民眾可以一邊消費一邊聆聽樂團演奏，彷彿置身音樂之都維也納一般，受到不少市民朋友好評，希望在大家支持花博農民市集的同時，也可以擁有視覺及聽覺上的不同感受。

另外每個月皆有配合不同的在地文化舉辦主題月活動，例如5月感恩母親月、6月青農大進擊、7月夏日清涼祭、8月退休田園樂及9月的中秋團圓樂。現場設施上也增加許多吸睛的裝置藝術，像可愛的農夫氣球拱門、好農專區及每週入口處不同的花卉佈置，還有特別受到小朋友歡迎的市集吉祥物！現場的意象及攤商的擺設也特別與設計公司及老師合作，期待能讓大家耳目一新，感受與眾不同的農民市集！

實際執行 (未來預期)成效

一、會展基金會105年度結餘約1,800萬元，106年度全年預估支出約6,000萬元，收入預估接近9,000萬元，盈餘可望增加。

105年度起，市府不再補助會展基金會營運花博公園，每年至少減省1.78億元年度預算。由會展基金會自籌經費，105年預算支出編列約6,700萬元（未含折舊攤提），較104年減少60%，實際支出含營業稅及所得稅約6,080萬元；收入編列約7,545萬元，實際收入約7,909萬元（均不計政府補助遞延收入攤提），稅後盈餘超過1,800萬元。

二、花博公園每年創造經濟效益逐年增加，105年會展活動創造超過10億元經濟效益。

依據基金會委託專業團隊統計，曾在園區消費之受訪者自40%已增加至76%，園區消費平均金額自220元增加為425元，依年度遊園人次推估，每年創造消費金額已由3.5億元增加為18億元。另評估105年爭艷館內舉辦會展活動之年度經濟效益，以展場營運收入加計展場廠商交易金額，預估超過10億元。

三、全年園區參觀人次超過500萬

園區參觀人次在不計晨運及流動人口下，從 101 年至 105 年總共累積超過 2,386 萬人次（達 2,386 萬 3,646 人），平均每年超過 477 萬人次，尤自 103 年起參觀人次皆超過 500 萬人次；106 年 1 月 1 日起至 5 月 31 日止已至少 209 萬 2,926 人次參觀，預估全年仍可超過 500 萬人次，107 年將以此為目標，維持園區到訪人次。

四、場地使用率維持七成

花博公園內爭艷館、舞蝶館、圓山廣場等場地經過 3 年營運，以推動創新創業、藝術文創、園藝景觀花卉、國際性、音樂性及青少年文化等 6 大類會展活動為主，特別是在創新創業、文創、藝術及動漫等領域的策展發表愈形增多，場館租借使用率均保持在 70% 以上，已成為臺北市主要會展場館之一。105 年度共計出租 226 檔，較 104 年租用 182 檔至少增加 20%，實際場租收入為 5,603 萬元，也較 104 年實收 3,422 萬 9,945 元至少增加 64%。

五、加強網路社群經營使花博公園成為本市夯點

透過 FB 粉絲團提供即時及多元的園區活動訊息，藉此與粉絲互動，快速回應民眾問題及意見，以凝聚向心力及口耳相傳，達口碑行銷之效益，據統計粉絲團人數截至 105 年 12 月底已達 5 萬 5,488 人，成長 18.83%，除回覆率 100% 外，發表文章平均每月獲得 5,924 個按讚數，粉絲團總觸及人數為 1,437,462 人次。

六、打造花博公園爭艷館為智慧會展場館

與光寶科技洽談爭艷館節能燈具及智慧園區贊助專案，已完成捐贈契約簽訂，本次光寶科技捐贈三項核心產品，包含：(1)爭艷館更換節能燈具 329 盞，預計將可節省 30% 用電，改造爭艷館為臺北市首座智慧型展覽館；(2)建置智慧監控系統，打造花博公園圓山園區為智能園區；(3)提供智慧導覽系統，提供爭艷館策展廠商智慧導覽服務。

六、活化場館利用，提供創新產業發展空間

將花博會館規劃為臺北市創新創業基地，以委外公開招標評選最優團隊方式設立「台北創新中心 (Center for Innovation Taipei, 簡稱 CIT)」。目前共計 31 家國內外新創公司、超過 200 人次進駐，包含 MOX 國際知名創投加速器、Goodpatch 日本知名 UI/UX 設計團隊、Honey Screen 韓國知名手機 App 設計團隊、Boxful 香港新創科技公司、350.org 國際知名氣候變遷非營利組織…等，為本市產業發展注入新動能。

七、與業界合作，舉辦創新創業策展活動

105、106 年持續與業界合作舉辦「2016 臺灣當代一年展」、「2016 Meet Taipei 創新創業嘉年華」、「2017 Future Commerce 未來商務展」等 3 場及 106 年下半年度 2 場創新創業活動，強化創新創業的策展主題與內容，並提供青年投入創新產業的不同管道

與正確途徑。截至 106 年上半年度分別有 6 個國家地區、11 座城市、323 位藝術家、44 個國際創業者、超過 315 個創新品牌、16 家策展夥伴、21 家共同發聲媒體，聚集百家創新廠商參與展出，總計吸引超過 2,400 人參與論壇、逾 15 萬 8,990 人次到訪。

八、花博農民市集--簡單、安心的好所在

花博農民市集目前規劃有 120 攤農特產品展售攤位，包含 60-70 攤來自全國各地安心蔬果、CAS 標章或通過產銷履歷驗證的嚴選農民和 10 攤原住民特色攤位外，另外和全台 17 個縣市合作，於每周推出 25 攤各縣市特色蔬果農產與農家小吃。

花博農民市集不定期針對來訪民眾進行滿意度問卷調查。根據問卷統計，有超過 8 成 5 民眾表達對花博農民市集滿意及非常滿意。花博農民市集自 101 年開辦至今，在各方努力下，參與人次及營業收益逐年增加，103 年 112 萬人次參與、收益 1.2 億元；105 年度增加至 138 萬人次參與、收益超過 1.46 億元，參與人次成長 23%、農民收益增加 2,600 萬元；截至 106 年 5 月底止已超過 530 萬人次參與、創造農民營業收益超過新台幣 6 億 2,000 餘萬元。

台北花博農民市集從一開始試賣小規模經營，逐步打響知名度，現在每周都會吸引近 2 至 3 萬名民眾來逛農民市集，其中除了在地常客外，還吸引許多外國朋友來這邊體驗在地台灣文化。未來我們會繼續努力，以友善土地為出發點，農藥零檢出為目標；提高環保意識，強調不注重農產品外觀，減少廚餘以及食物耗損浪費；以優質農產品代替喜慶祭祀用品等等。引入新的文創活動，讓花博農民市集往更好、更精緻的目標前進!期許未來能擠身於世界著名戶外市集行列，成為各國人士來台北市旅行必遊之地。

八、推動田園城市政策

運用原中山足球場 2 樓閒置空間，規劃為花博田園市集，邀集 15 家不同類型綠屋頂資材商，展示各類綠屋頂資材，每月有近 1 萬人次到訪；另規劃社區園圃推廣中心，提供民眾免費諮詢及課程講座，希望將花博公園打造成為本市田園城市推廣新據點。

相關附件

相關執行成果圖片資料，詳如附件。

聯絡窗口

姓名：賴知妍

電話：分機 6633

E-mail：ea-10348@mail.taipei.gov.tw、ea-60311@mail.taipei.gov.tw

附件 1 計畫執行相關圖片

會展基金會 105 年度營運成果

105年營運成果

營運管理花博公園

- ◆ 105年全年度共計502萬7,888人次參觀。
- ◆ 短期租借場館，維持整體使用率70%以上，105年共計舉辦226檔活動，場租收入約5,611萬元。
- ◆ 長租型展館，包含集食行樂商城、停車場、台北創新中心、夢想館及臺北健康體驗館等，年權利金使用費收入約2,100萬元。

推動會展產業發展

- ◆ 規劃臺北市未來短中長期會展產業設施發展藍圖
- ◆ 籌劃臺北市推動會展產業之資源交流平台
- ◆ 南港轉運站公辦都更案之國際會議中心前期規劃

推動創新產業發展

- ◆ 「台北創新中心」105年12月8日正式開幕
- ◆ 與業界合作舉辦「2016台灣當代一年展」及「2016創新創業嘉年華」
- ◆ 協助Tesla公司設置臺灣首座超級充電站(106年1月23日交車記者會)。

推動市府政策

- ◆ 「2017世界大學運動會」宣傳及撞球暖身賽舉辦。
- ◆ 運用年度盈餘，建置「花博田園市集-臺北市綠屋頂資材展售平台」，並於105年12月10日正式開幕營運。

會展基金會營運花博公園 105 年度財務狀況

支出6,080萬1,327元

- 105年預算編列6,700萬3,352元
- 較預算摺節近700萬元
 - ◆ 行政庶務支出降低
 - ◆ 厲行節約能源，減少水電費支出
 - ◆ 部分場館委外後水電費由廠商分攤

收入7,909萬8,338元

- 105年收入編列7,545萬6,005元
- 較預算增加近360餘萬元
 - ◆ 短期租借展館業務天數增加
 - ◆ 新增花博田園市集等空間出租

財務自主

稅後盈餘約1,830萬元

基礎設施汰舊改善

- ◆ 預計投入約290萬元
 - 流行館空調壓縮機修繕工程
 - CIT增設緊急發電機供電系統工程
 - 中山足球場空調冷卻水管改善工程

數位化場館監控服務

- ◆ 全面檢討老舊之類比式監視系統，進行數位化升級更新200萬元(評估中)

設置花博田園市集-臺北市綠屋頂資材展售平台

- ◆ 105年已投入70萬元

創新及會展基地修繕營運

- ◆ 預計投入約1000萬元
 - digiBlock台北數位產業工場前期建物補強、修繕、裝潢300萬元(評估中)
 - 台電中心AR1前期建物補強、修繕之規劃設計120萬元(評估中)

會展基金會 106 年營運計畫

106年營運計畫-
推動會展產業發展

常態性舉辦具指標性會展活動

2016 台灣當代一年展

波力歡樂世界、神偷奶爸-邪惡製片場、HELLO KITTY GO AROUND!!!歡樂嘉年華

WIR FORCE, 亞洲最大電競嘉年華

台塑盃ACBS亞洲花式撞球錦標賽

花博公園展館場地

- 按四季規劃策展主題
- 以推動創新創業、藝術文創、園藝景觀花卉、國際性、音樂性及青少年文化等會展活動為主。
- 整體使用率保持在70%以上
- 105年共計舉辦226檔活動，場租收入約5,611萬元。

2016 MEET TAIPEI 創新創業嘉年華

Fancy Frontier 開拓動漫祭

2016 文化創意產業博覽會

北京文化廟會

106 年度花博公園展館重大活動及檔期安排

106年營運計畫-
推動會展產業發展

106年度展館重大活動與檔期安排

爭艷館 圓山廣場	● 波力歡樂世界 ● 神偷奶爸-邪惡製片場 ● HELLO KITTY GO AROUND!!!歡樂嘉年華 ● 北京文化廟會	● 國際工具機展 ● 進口眼鏡大展	● 國際飛鏢賽 ● 文博會 ● 未來商務展	● ICE 動漫之力 ● 生命禮儀博覽會	● 極限射擊賽 ● 紋創刺青展 ● 開齋節 ● 農業創新科技展	● 開拓動漫祭 ● 台北好時尚	● 世界大學運動會	● 未來大人物 ● 台灣當代一年展	● 歐洲教育展 ● 亞洲動漫展	● Meet Taipei ● Wir Force ● 親子動手做-maker	● 馬拉松運動博覽會 ● 主題展
	● 刀劍神域 主題展	● 智慧生活 整合性人才培育計畫	● 職遊網聯 賽亞太總決賽	● 各大專校院 成果發表會	● 世大運 博物館						

天使生活館 由天使學園網路股份有限公司營運，以生活美學為佈展主軸，將現代藝術與自然生態相互結合。

台北健康體驗館 由真茂科技股份有限公司營運，並和台大醫院等醫療機構合作，推廣自動化健康服務技術，定期舉辦健康活動、研討及嘉年華，並針對銀髮族群提供預約參觀體驗，自105年10月1日啟用。

夢想館 由九井廣告股份有限公司規劃營運，以「夢想起飛」為主題，「夢饗café」已常態開放；另規劃室內溜冰場及其他展覽，期打造夢想館為多功能且適合親子遊憩的園地。

TIMTOS 2017 第26屆台北國際工具機展 3月7日至12日

未來商務展 All Intelligent 2017.3.27-4.10g. 101808

發展創業孵化空間

106年營運計畫-
推動創新產業發展

以台北創新中心帶動台北數位產業園區

- 「台北創新中心 (Center for Innovation Taipei · 簡稱CIT) 」
 - ◆ 提供軟體設計業、智慧物聯、行動雲端、生活商務、網路創新、新創工作者、自造者等進駐作為辦公室或共同工作空間(Co-Working space)或展示用途等，符合創新創意之相關團體，已於105年12月8日對外正式開幕。
 - ◆ 迄今已42個國內外團隊、約200-300人進駐辦公使用。



打造食農共生環境



花博農民市集

截至106年5月底止

- 已超過530萬人次參與
- 創造農民營業收益超過新台幣6.2億元。



創新

- 結合舞台互動活動與花博音樂會，舉辦主題月活動，及特色裝置藝術，讓市集不再只是單純買菜的場所。



挑戰

- 小農遠道運送成本高。
- 小農不懂行銷，不擅長與消費者對話。



貢獻

- 提供小農良好展售環境，推廣全國各產地農產品。
- 打造優質國際化農民市集。