

民間參與投資松山菸廠文化園區 興建營運移轉(BOT)計畫案調查報告

壹、調查緣由

民國(下同)103年新市長柯文哲上任之初，即成立臺北市政府廉政透明委員會，廉政透明委員會第一次會議決議將松山菸廠文化園區興建營運移轉(BOT)計畫案(以下簡稱本計畫案或松菸 BOT 計畫案)列為調查案件之一，並由柯文哲市長抽籤分派委員組成調查小組進行調查。

貳、調查目標及重點

一、調查重點

- (一). 松菸 BOT 計畫案相關權利金及其他回饋收入等之金額、比例如何決定？是否過低？決策或談判過程是否合理、合法？
- (二). 松菸 BOT 計畫園區大樓之租金定價是否合理？是否真正扶植文創產業或背離原有設立文創產業基地之目的及精神？
- (三). 台北市政府推動松菸 BOT 計畫之初對外宣示打造『文化創意產業旗艦基地』及『促進文化創意產業永續發展』究竟是口號還是執行之目標？

二、調查報告之目標

- (一). 以庶民觀點、公平態度及專業的處理方式，完整、公開及公平的還原本案真實事像。
- (二). 期望本調查報告能提供市民完整資訊，作為市民合理評價的基礎。
- (三). 期望本調查報告能做為從事公務之人員應嚴謹依法行政之借鏡，未來政府重大決策將被公開、檢視及評價。

參、背景說明

一、民間參與投資松山菸廠文化園區興建營運移轉(BOT)計畫案簡介

按民間參與投資松山菸廠文化園區興建營運移轉(BOT)計畫案，基地位於台北市忠孝東路4段以北、忠孝東路4段553巷以西、市民大道以南及光復南路以東所圍地區，面積約18公頃（分為體育園區約10.8公頃、文化園區約7.2頃）。原計畫採一宗基地開發，因文化園區基地範圍內有本市公告之古蹟（辦公廳、製菸工廠、鍋爐房、1至5號倉庫）與歷史建築（機器修理場、育嬰室、檢查室），為減輕財務負擔，增加招商之可行性，改採「整體規劃、分期開發」方式辦理，並於92年9月25日變更都市計畫用地為特定專用區。

（一）、計畫構想

為推動松山菸廠文化園區修復及再利用事宜，依建築物性質將本計劃分為A、B區（示意圖如附件一）推動執行：

1. A區屬古蹟與歷史建築區域，由文化局辦理修復工程。
2. B區採政府規劃方式辦理BOT，設置「文化創意產業資源基地」，以引進民間充沛資金及借助民間之經營效率參與公共建設；
3. 藉由B區權利金等之營收，挹注A區古蹟、歷史建築之修復、再利用及維護管理經費。

（二）、政策目標

古蹟活化、市民美育文化、產業育成、藝文實驗與創新及基礎文化培育。

（三）、預期政策效益

1. 提供文化創意產業進駐，創造多元平臺讓創作者、平臺經營者和消費者間緊密互動以利文化創意產業創作/研發、生產/發行、行銷三個階段管道的暢通；並期健全文化創意產業上、中、下游之經營體質，營造優質發展環境，打造文化創意產業旗艦基地，促進文化創意產業永續發展。
2. 透過引進國際行銷顧問業者、創投基金和無形資產融資鑑價機制，協助文化創意業者建立品牌，行銷國際，成為具有國際能見度的臺北文化櫥窗。

二、松菸文化園區計畫案執行依據之法令及重要條文摘要

（一）、「促進民間參與公共建設法」（下稱促參法）第3條第1項第6款：「本法所稱公共建設，指下列供公眾使用或促進公共利益之建設：、、、六、文教設施、、、。」

（二）、促參法第8條第1項第1款：「民間機構參與公共建設之方式如下：一、由民間機構投資興建並為營運；營運期間屆滿後，移轉該建設之所有權予政府。」

(三)、促參法第 42 條第 1 項：「經主辦機關評估得由民間參與政府規劃之公共建設，主辦機關應將該建設之興建、營運規劃內容及申請人之資格條件等相關事項，公告徵求民間參與。」

(四)、促參法第 44 條：主辦機關為審核申請案件，應設甄審委員會，按公共建設之目的，決定甄審標準，並就申請人提出之資料，依公平、公正原則，於評審期限內，擇優評定之。前項甄審標準，應於公告徵求民間參與之時一併公告；評審期限，依個案決定之，並應通知申請人。第一項甄審委員會之組織及評審辦法，由主管機關定之。甄審委員會委員應有二分之一以上為專家、學者，甄審過程應公開為之。

三、臺北文創股份有限公司(以下簡稱臺北文創公司)簡介

依松菸 BOT 計畫案申請須知第 4 章規定，甄審委員會評定選出最優申請人進行議約及簽約設立，惟簽約設立前必須完成興建營運公司之設立，因此，最優申請人富邦建設股份有限公司(以下簡稱富邦公司)依規定於 98 年 1 月 6 日設立興建營運公司「臺北文創公司」，並與臺北市政府於 98 年 1 月 15 日簽訂興建營運移轉契約，該公司係由富邦公司與台灣大哥大股份有限公司共同發起成立，分別持有 50.1%及 49.9%股份，目前實收資本額為新臺幣 38.45 億元。

四、誠品集團簡介

誠品股份有限公司係本計畫案最優申請人富邦公司於申請松菸 BOT 計畫案時之協力廠商，誠品生活股份有限公司(以下簡稱誠品生活公司)係誠品股份有限公司持有 51.53%之子公司，另誠品旅館事業股份有限公司(以下簡稱誠品旅館公司)則是誠品生活公司 100%持股之子公司，其中誠品生活股份有限公司，已於 102 年 1 月於櫃檯買賣中心掛牌交易，其在台灣地區有 42 個營業據點，其中以信義計畫區之信義旗艦店及 24 小時營運之敦南店最為著名。

臺北文創公司將松菸文創園區區分為商場空間(主樓之 B2 樓部分、1 樓部分、2 樓全部、3 樓全部)、展演空間(主樓之 B1 樓全部及 B2、B3 樓部分)及旅館空間(塔樓 1-13 樓全部及 14 樓之一部)，並於 102 年 3 月 26 日分別與誠品集團旗下誠品生活股份有限公司、誠品股份有限公司及誠品旅館事業股份有限公司簽訂租賃契約，由誠品集團負責前開空間之營運事宜。

五、臺北市文化設施發展基金簡介及本計畫畫案收入之歸屬

臺北市文化設施發展基金(以下簡稱文化設施發展基金)係臺北市政府為建

造、修復、營運及管理本市文化資產及文化藝術設施，並推廣文化藝術及文化創意產業設置之作業基金，文化設施發展基金之法源係臺北市文化設施發展基金收支保管及運用自治條例(以下簡稱保管及運用自治條例)及臺北市文化設施發展基金運用及管理辦法，為預算法第 4 條所定之特種基金——作業基金。

文化局（文化設施基金之管理機關）已於 98 年將松山菸廠文化園區以實物作價增撥基金方式，將該財產撥充文化設施基金（詳附件二），故松山菸廠文化園區係屬文化設施基金資產。依文化設施基金會計制度所訂，凡出租資產及權利等所獲得之收入皆屬業務收入；所獲得之收入於已實現或可實現時認列，因此本計畫案產生之收入係繳入文化設施基金帳戶。

六、臺北文創基金會簡介

臺北文創基金會係台北文創公司依第 4 次甄審委員會附帶決議，最優申請人提出之『平台功能強化創投機制』及最優申請人富邦公司『投資執行計畫書』中財務計畫 5-4-2 中預計捐助成立，臺北文創公司已於 102 年年度捐助 500 萬設立，依投資執行計畫書未來營運期間每年捐助文創基金會 500 萬元以上，董事 七位目前由蔡明興、蔡明忠、鄭俊卿、李震華、王偉忠、江賢二及蔡永康擔任董事及蔡明興擔任董事長，該基金會設立宗旨如章程第二條，內容如下：『本基金會以推動文化創意產業(下稱文創產業，其內容及範圍依相關法令定之)發展、發掘鼓勵文創產業新品牌及人才為宗旨，依有關法令規定辦理下列業務：

- 建立推動文創產業發展之平台、協助建構文創產業鏈、辦理文創產業之相關類創投及媒合業務。
- 結合數位應用趨勢，協助發展台灣數位內容產業。
- 規劃執行文化創意展演空間營運管理事務。
- 獎助、舉辦文創產業相關之演講、座談、研討、媒合、展覽、競賽選拔、表演及其他附屬活動。
- 經營、獎助、舉辦各項文化創意相關之社會公益、教育、研究及推廣活動。
- 發行、出版各項文化創意相關之商品、刊物、書籍及衍生性產品。
- 協助文創產業的跨國輸出與引進，促進國際交流。
- 其他符合本基金會設立宗旨之文化創意相關活動。』

肆、松菸 BOT 計畫案執行過程記要

一、松菸 BOT 計畫案第一次招標係採民間規畫及民間興建管理模式

93 年松菸 BOT 計畫案第一次招標係採民間規畫及民間興建管理模式，當時有遠遠雄集團（大巨蛋最優申請人）、誠品書店與法蘭瓷等三家參與本計畫案之第一次招標，93 年 5 月 19 日甄審會議評定誠品書店為第一階段最優申請人資格。後因誠品書店提出的規劃內容、營運模式及權利金與市府目標差異太大，雙方多次協商不成，於 95 年 11 月之甄審委員會以誠品書店提出之財務計畫不確定及投資風險太高等理由，決議「再審核不通過」。

有鑑於前次採『民間規畫及民間興建管理』模式不易執行，文化局重新評估，就公共建設興辦必要性、民間參與特質及投資意願，篩選對於支撐文化園區核心要素，以設置「文化創意產業資源基地」，作為文化園區成立及促進民間參與公共建設之宗旨。

臺北市政府在考量財政負荷沉重及財力有限與仍需持續進行建設之前提下，認仍有必要引進民間充沛資金及借助民間之經營效率，推動松山菸廠文化園區，規劃藉由 6-15 號倉庫區(B 區)設置「文化創意產業資源基地」之營收，挹注修復、再利用及維護管理經費於古蹟歷史建築區(A 區)。因此決定改採『政府規畫及民間興建管理』之 BOT 模式辦理本計畫案之公共建設。

二、松菸 BOT 計畫案第二次招標係採政府規畫及民間興建管理模式，本次計畫執行過程記要如下：

(一). 規劃階段

1、松菸文化園區計畫案於 96 年 2 月 13 日奉核採政府規劃方式辦理 BOT，主辦機關為臺北市政府，文化局為執行機關，有關本計畫案之公告及甄審事宜，及與特許公司辦理「開發經營契約」之議約、簽約及履約等，授權由執行機關(文化局)以主辦機關(臺北市政府)名義為之(附件三)。

2、「可行性評估」及「先期計畫書」

96 年 10 月 2 日「可行性評估」及「先期計畫書」簽奉市府核定，其中「可行性評估」中之財務可行性分析之重要假設及結論彙述如下：

1. 興建期成本假設			
	基地新建面積	興建成本	
建築面積	55,000 m2		
工程建造費		18.71 億	
其他成本		2.53 億	
合計		21.24 億	
2. 收入假設			
	可租用面積	單價	出租率
文化創意產業核心區	16,800 m2	569/月 m2	80%
一般文化創意產業區	16,800 m2	711/月 m2	80%
附屬事業區	8,000 m2	995/月 m2	80%
停車場等	12,800 m2	0.87 億/年	
合計	55,000 m2		
3. 權利金假設			
	開發權利金	營運權利金	
金額, 比例	15 億	0.5%	
4. 計畫投資效益			
	內部報酬率 (IRR)	淨現值(NPV)	
計畫	9%	9.5 億	
權益	12%	1.9 億	

3、甄審委員會重要決議

96 年 10 月 23 日成立甄審委員會，甄審委員會於 96 年 11 月 1 日及 96 年 12 月 13 日召開第一次及第二次甄審會議，兩次甄審會議議決之事項於 96 年 12 月 19 日由文化局簽請前市長郝龍斌核可(附件四)後同日公告(以下簡稱原公告)，原公告重要內容彙述如下：

1)、公共建設案件規模：約 42 億元(政府 0 出資)

2)、主體事業及附屬事業之空間量體：

A). 主體事業：

文化創意產業區及周邊資源區之空間量體應至少占總容積樓地板面積 80%。

B). 附屬事業：

附屬事業區之空間量體至多不超過總容積樓地板面積 20%。

3)、興建營運期間：分為興建期及營運期，共計 50 年。

4)、開發總量：松菸文化園區法定容積率 240%、建蔽率 60%為原則，得酌予增加 5%，得調派至 BOT 基地整體開發，容許之總容積樓地板面積不得超過 60,000 平方公尺，並應設置回饋空間總容積樓地板面積達 200 平方公尺以上。

5)、權利金：

A). 開發權利金：

開發權利金總額不得少於 15 億元。分兩階段繳交，第一階段於簽約翌日起 30 日內，繳交總額之 20%；第二階段於簽約第 4 年起，分 16 期(每期 1 年)平均繳交總額 80%。

B). 營運權利金：

營運期間每年依營業總收入 0.5%

97 年 3 月 17 日第三次甄審會議，以臨時動議題案方式提出討論，會議以原物料漲幅大，物價波動高，經重新調整財務試算，本案開發規模增加至 58 億元(政府 0 出資)，建築興建費用約達 33.7 億元，決議本案開發權利金由 15 億元調降為 12 億元，分兩階段繳交，第一階段於簽約翌日起 30 日內，繳交總額之 10%；餘額 90%，於簽約第 4 年起，分 16 期(每期 1 年)平均繳交。此次決議內容於 97 年 3 月 20 日由文化局簽核後，即由前副市長林崇一(非主管副市長)於 97 年 4 月 3 日以市長職名章代前市長郝龍斌核決(附件五)後於 97 年 4 月 10 日公告(第一次變更公告)。

4、其他重要決議

97 年 5 月 29 日文化局簽呈，以針對 97 年 4 月 21 日、97 年 5 月 7 日兩次招商說明會廠商關切議題檢討後，建議修訂部分規定，其中將主體事業及附屬事業占總容積樓地板面積之比例由原 80%及 20%比例，建議調整為 70%及 30%之比例，並同時廢除 200m² 回饋空間之規定，此簽呈前副市長林崇一(非主管副市長)於 97 年 6 月 5 日以前市長甲章代前市長郝龍斌，除同意文化局所有建議外，並未附任何理由即裁示變更主體事業所佔比例至少為 65%，附屬事業為不得高於 35%之比例決行(附件六)。

96 年 6 月 15 日財務評估諮詢及專案小組第 5 次會議(前局長李永萍擔任主席)決議以容積率 350%¹為招商方案及決議 15 億元固定權利金之下限。

96 年 10 月 29 日工作小組第 2 次會議，以”依容積率核算之總樓板面積，與直接規定總樓地板面積上限的結果是有差異的；依據容積率規定，再加上免計容積的項目，一般約是最大容積的 1.3 倍。及目前招商文件規定「總樓板面積不得超過 60,000 m²」，如不包含「建築技術規則」第 162 條所訂各項不計入法定容積之樓地板面積？例如：法定停車位、屋凸、陽台、梯間…等不計容積之空間，應如何敘明？以利明確定位總樓板面積數，而不致使契約甲、乙雙方認知有異。”決議不宜以「換算容積率 350%~500%」作為公告說明文字，設定合理容積為 60,000 m²，可將目前招商文件中容許興建之「總樓地板面積」統一修正為「總『容積』樓地板面積」，可解決依「建築技術規則」第 162 條所訂各項不計入法定容積之樓地板面積等問題，也不致使契約甲、乙雙方認知有異²。

¹ 容積率 350%，12,000m²*240%=42,000m² 即是原可行性評估之可租用面積 42,000m²。

² (96 年 8 月 2 日文資委員召開諮詢會議，結論為建議本 BOT 案基地(面積 1.2 公頃)之容積為 42,000 m²~60,000 m²，並非單一建議 60,000m²。

(二). 招商階段

1、招商文件公告

松菸 BOT 計畫案招商文件於 96 年 12 月 31 日第一次公告，嗣後分別於 97 年 4 月 10 日及 97 年 6 月 16 日兩次變更公告

2、招商說明會

文化局分別於 97 年 4 月 21 日及 97 年 5 月 7 日舉辦兩次招商說明會，但文化局稱無參與招商廠商之記錄。

3、投標

投標於 97 年 9 月 1 日截止收件，僅有富邦建設股份有限公司(以下簡稱富邦公司)及漢洋建設股份有限公司(下稱漢洋公司)等兩家公司參與投標，前次投標之最優申請人誠品集團並未參與本次投標，誠品集團轉變為富邦公司之協力廠商。

(三). 甄審階段

97 年 9 月 25 日第 4 次甄審會議(附件七)開啟標封，「富邦公司」開發權利金報價 13 億元，開發量體為 105,800 平方公尺，「漢洋公司」開發權利金報價 16.5 億元，開發量體為 94,808 平方公尺，嗣經綜合評選，「富邦公司」序位 1，總平均 81.86 分，「漢洋公司」序位 2，總平均 80.57 分，決議選出最優申請人為「富邦公司」。³

³ (此結果與 96 年 8 月 29 日文資委員諮詢會議第 12 次討論案案二決議:原則朝以容積低且權利金高者為優先之原則不符。)

(四). 議約及簽約階段

97 年 11 月 27 日第五次甄審委員會會議(附件八)通過富邦公司投資執行計畫書，嗣於 98 年 1 月 15 日簽訂松菸文化園區計畫案興建營運移轉契約(以下簡稱 BOT 合約)，投資執行計畫書中之財務計畫摘述如下：

1. 興建期成本假設			
	基地新建面積	開發成本	
建築面積	32,000 坪	73.2 億	
2. 收入假設			
	可租用面積	單價	出租率
文創展演及零售	7,000 坪	1,800/月坪	100% ⁴
食尚館	1,000 坪	1,800/月坪	100%
文創旅館	2,500 坪	1,800/月坪	100%
數位運用資源中心	16,000 坪	2,200/月坪	100%
文創資源整合中心	1,500 坪	2,200/月坪	100%
合計	28,000 坪		
3. 權利金假設			
	開發權利金	營運權利金	
金額, 比例	13 億	0.5%	
4. 計畫投資效益			
	內部報酬率 (IRR)	淨現值(NPV)	
計畫	7.72%	1.89 億	
權益	8.91%	4.83 億	

⁴ 該執行計畫書出租率為 100%也未編列停車場之收入，推估其假設停車場之收入可以補足間歇性之為出租空間收入。

(五). 建設及營運階段

本計畫於 98 年 7 月 27 日完成土地交付、98 年 8 月 6 日完成地上權設定，99 年 4 月 19 日市府都市設計審議委員會予以核備本案，99 年 5 月 10 日取得雜項執照，99 年 6 月 18 日取得建造執照，99 年 11 月 12 日開工，100 年 3 月 25 日取得雜項工程使用執照，102 年 3 月 29 日取得使用執照，102 年 5 月 15 日文創展演空間及文創辦公空間開始營運，其後，103 年 12 月 1 日旅館部分正式營運。

(六). 爭議處理

1、第一次增補協議書

於 103 年 11 月 5 日雙方簽訂第一次增補協議書，主要規範旅館營運權利金每年不得低於 790,950 元及營業稅一率採外加方式。

2、文創回饋金提撥契約

103 年 11 月 5 日並另簽定文創回饋金提撥契約，主要內容為誠品旅館公司承諾提撥定額回饋金及變動回饋金，定額回饋金第一年為 34,375 萬元，第 2-6 年每年為 330 萬元，第 7 年起每 5 年調高 30 萬元，另變動回饋金則以旅館營業收入 0.6%計算之，回饋金直接撥入台北市文化設施發展基金帳戶。

3、文化局針對文創產業進駐組成及營運權利金提高部分仍持續與臺北文創公司協商中。

伍、調查發現

一、市府權利金及相關收入嚴重低估

(一)、庶民觀點評估市府收入合理性之基準

本計畫案之法律名稱為興建移轉計畫，其本質乃是政府基於特定的政策性目標，由政府出地及民間出資、興建及營運，合約到期後(合約期間 50 年，到期原營運廠商得優先議約兩次，一次 10 年)建物無償移轉給政府之合作案，因此採用雙方投入資源之貢獻度比例，作為評估政府權利金收入及相關收入(以下簡稱市府總收入)是否合理，應是一個合理的評估基準。本計畫案雙方投資之資源彙示如下：

	台北文創公司	台北市政府	合計
投入資源金額	38.45 億	120 億 ⁵	158.45 億
投入資源比例	24%	76%	100%

由上表分析，市府總收入金額佔本計畫案營運期間之雙方總獲利之 76% 是一項明顯且合理之比較基準，當然此比例將可能會因公共利益之大小及當時之投資意願而酌量調整。

⁵ 經訪談某位民間建設公司負責人，依其專業估計 97 年松菸之土地市價估計總價值約在 120 億元至 170 億元間，因此保守估計其市值應在 120 億元以上，相關資訊詳附件九。

(二)、從富邦公司之投資執行計劃中之預估損益及現金流量評估權利金之合理性

1、依富邦公司之投資執行計劃中之預估損益表(未考慮貨幣時間價值影響)，統計台北文創公司營運期間(50 年)之損益及繳付台北市政府之收入統計如下表(單位:千元):

	台北文創公司	台北市政府	合計
營業收入			
開發權利金		1,300,000	
營運權利金		259,672	
土地租金		1,611,912	
租金收入	51,404,499		
合計	51,404,499	3,171,584	
營業支出	(17,884,028)		
營業外收支	1,387,352		
稅前淨利	34,907,823	3,171,584 ⁶	38,079,407
所得稅	(8,408,549)		(8,408,549)
稅後淨利	26,499,274	3,171,584	29,670,858
稅前淨利分配比率	92%	8%	100%
投入資源	38.45 億	120 億	158.45 億
投入資源比率	24%	76%	100%

如依上表統計分析可知在本計畫案市府投入資源之比例約為 76%，但從整體利益分配之比例卻僅占整體利益之 8%，明顯不合理，但前表之統計因未考慮貨幣時間價值之影響，可能會造成失真，因此擬進一步加入貨幣時間價值調整後評估看市府總收入之合理性。

⁶尚未扣除市府須負擔之地價稅、古蹟修復維護成本及市府相關成本。

2、考量貨幣時間價值後評估市府總收入之合理性

依富邦公司之投資執行計畫書中之預估現金流量表之各期現金流入(未考慮現金之時間價值影響)，以 6%之折現率折算現值後之現值統計如下表(單位：千元)：

	台北文創公司	台北市政府	合計
現金流入(折現前)	26,490,989	3,171,584	
折現率	6% ⁷	6%	
現金流入現值	2,468,396	1,189,773	3,658,169
現金流入現值比率 ⁸	67%	33%	100%
投入資源比率	24%	76%	100%
依投入資源比率設算 之現金流入現值金額	877,961	2,780,208	3,658,169
現金流入現值 高估(低估)	1,590,435	(1,590,435)	-

由上表分析可知，臺北市府可收取之現金現值僅占整體現金現值之 33%，與投入資源比率 76% 比較明顯偏低，因此可推論市府總收入明顯低估。

⁷ 因考量不同期間之貨幣時間價值不同，因此將各期現金流入以折現率折算為計畫開始點之貨幣價值，依投資計畫書折現率計算為 5.71%(52.35%*8%+47.65%*4.25%*0.75)，因此以 6%作為折現率。

⁸ 考量貨幣時間價值與未考量貨幣時間價值之利益分配有甚大之差異主要在於台北市政府之收入集中 在營運期間之初期，而台北文創公司之現金收入偏在中後期。

(三)、市府市府總收入偏低原因所在分析

1、兩家投標廠商之權利金分析：

	臺北文創公司	招標公告	漢洋公司
開發權利金	13 億	12 億	16.5 億
營運權利金	0.5%	0.5%	0.5%

由前表分析可知，投標廠商投標之權利金條件大抵係依循招標公告權利金下限之條件酌量調整，因此市府內部權利金設定之條件，是決定權利金投標之主調。

2、歷次市府內部權利金設定的變動摘要如下：

	可行性 評估	第二次 甄審會議	第三次 甄審會議	招商文件
開發權利金	15 億	15 億	12 億	12 億
營運權利金	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%

由前述彙總分析可知，第二次甄審會議決議開發權利金為 15 億元，第三次甄審會議原市府團隊以原物料漲幅大、物價波動高及開發規模增加至 58 億元為由，建議將開發權利金由 15 億元調降為 12 億元，並獲甄審會議同意，依據此決策過程可推論第三次甄審會議將權利金調降，主要係依 96 年 7 月編制之可行性評估中之基準及考量投資總成本增加後之決策，因此可進一步推論，可行性評估中設定之假設條件是決定整體權利金的最重要因素。

3、可行性評估中權利金設定之說明

96 年 7 月編制之可行性評估中財務可行性評估（詳附件十），係以建築樓板面積 55,000 m² 及可租用樓板面積 42,000 m² 及達成計畫內部報酬率（IRR）9% 及權益內部報酬率 12% 之目標，以財務模型的現金流量折現法，估計開發權利金 15 億元及營運權利金 0.5%。

4、建築總面積及可租用面積彙總分析如下：

	可行性評估	投資規劃（富邦）	投資規劃（漢洋）
建築總面積	55,000 m ²	105,800 m ²	94,808 m ²
可租用面積	42,000 m ²	28,000 坪	23,019 坪

由上表分析可知，可行性評估中建築總面積及可租用面積嚴重低估，經查因可行性評估係依 96 年 6 月 15 日會議決議以容積率 350% (42,000 m²) 為評估基礎，但招商文件卻以 60,000 m² 為容積上限，兩者差異達 18,000 m²，再因對建築技術法規第 162 條所定各項不計入法定容積之樓地板面積納入建築總面積計算估計之差異，造成可行性評估建築總面積低估約達 40,000 m²。

5、綜上所述，96 年 7 月編制之可行性評估中財務可行性評估中建築總面積及可租用面積嚴重低估，是導致規劃設定權利金及招商文件中之權利金下限低估之主要因素，進而造成實際招標及執行時之權利金也嚴重低估，因此可行性評估中建築總面積及可租用面積低估是造成是導致本計畫案權利金嚴重低估之最重要因素。

(四)、權利金低估的金額評估

1、依原可行性評估模型重新計算

97 年 3 月 20 日文化局簽呈將開發權利金由 15 億元降為 12 億元，林副市長於 97 年 4 月 3 日以前市長甲章代為核決，該簽呈附列之財務試算資料，將第一年估列之營業收入由原 3.73 億元增加至 7.4 億元，但為降低開發權利金卻將內部報酬率提高至 15%，經以 97 年 3 月 20 日試算資料及除內部報酬率維持原可行性評估之 12% 假設外，其餘比照 97 年 3 月 20 日試算之相同條件，重新計算其差異彙總如下：

	原可行性評估	97/3/20 試算資料	97/3/20 試算 資料重新計算
建築總面積	55,000 m ²	73,000 m ²	
可租用面積	42,000 m ²	60,000 m ²	
第一年之營業收入	373,726 千元	741,805 千元	同左
權利金			
1. 開發權利金	15 億	12 億	29.7 億 ⁹
2. 營運權利金	1 億	3.45 億	3.45 億
合計	16 億	15.45 億	33.15 億
權益 IRR	12%	15%	12%

由以上分析可知，依原可行性評估模型設算合理開發權利金應為 33.15 億元，高於原可行性評估及 97 年 3 月 20 日試算資料分別為 14.7 億元及 17.7 億元，顯示開發權利金嚴重低估約 18 億元(支付條件比照約定之原條件)。

⁹支付條件比照原條件。

2. 依富邦公司財務模型模擬設算不同權利金之分配分析

- 1)、假設支付條件依原約定之條件，但開發權利金為 26 億元（開發權利金增加 13 億元）之分配情況彙述如下表(單位:千元):

	臺北文創公司	臺北市政府	合計
現金流入	25,190,989	4,471,584	
折現率	6%	6%	
現金流入現值	1,717,923	1,940,246	3,658,169
現金流入現值比率	47%	53%	100%
投入資源比率	24%	76%	100%
依投入資源比率設算之現金流入現值金額	877,961	2,780,208	3,658,169
現金流入現值 高估(低估)	839,962	(839,962)	-

- 2)、假設支付條件依原約定之條件，但開發權利金為 39 億元（開發權利金增加 26 億元）之分配情況彙述如下表(單位:千元):

	臺北文創公司	臺北市政府	合計
現金流入	23,890,989	5,771,584	
折現率	6%	6%	
現金流入現值	967,450	2,690,719	3,658,169
現金流入現值比率	26%	74%	100%
投入資源比率	24%	76%	100%
依投入資源比率設算之現金流入現值金額	877,961	2,780,208	3,658,169
現金流入現值 高估(低估)	89,489	(89,489)	-

由上表設算結果可推論，支付條件依原約定之條件下合理之開發權利金約在 26 億元至 39 億元之間，即開發權利金低估金額約在 13 億元至 26 億元之間。

(五)、本案執行機關及決策人員責任分析

由以上分析可知，本案因原可行性評估之容積及樓地板面積低估，致設算之權利金明顯低估，造成市府收入嚴重短少，影響市民權益至深且鉅，執行機關及決策人員應有進一步探討責任之必要，茲分析說明如下：

- 1、 本案可行性評估依 96 年 6 月 15 日會議決議以容積率 350% (42,000 m²) 為評估基礎，但招商文件卻以 60,000 m² 為容積上限，另對建築技術法規第 162 條所定各項不計入法定容積之樓地板面積納入建築總面積計算之面積估計差異，造成可行性評估建築總面積低估約達 40,000 m²，進而造成權利金低估本案執行機關及決策人員明顯有失職之嫌。
- 2、 經查 96 年 7 月可行性評估完成後，96 年 10 月 29 日第二次工作小組會議，即因考量總樓板面積不得超過 60,000 m²，容易產生是否含建築技術法規第 162 條所定各項不計入法定容積之樓地板面積之疑義，乃將招商文件逐一修正為『總容積面積』，顯示工作小組在此次會議已明確知道且決定招商文件將以『總容積面積』60,000 m² 為上限且此 60,000 m² 之上限不含各項不計入法定容積之樓地板面積，因此實際建築樓地板面積將會遠高於 60,000 m²，但卻無人對原可行性評估及原權利金下限設定提出質疑。
- 3、 97 年 3 月 20 日文化局簽呈附列之財務試算資料已明確將估列之營收已由原 3.73 億元增加至 7.4 億元(建築總面積也由原 55,000 m² 提高為 73,000 m²)，顯示執行機關文化局已明顯知曉面積低估並將其對營業收入低估之錯誤予以調整，依常識判斷其權利金應往上調整才合理，但原市府團隊於第三次甄審會議中只提及因原物料漲幅大，物價波動幅度高，因此建議調降開發權利金為 12 億元，但對建築面積及估計之營業收入往上調整卻隻字未提，顯示原市府團隊罔顧事實執意反其道將開發權利金調降。
- 4、 再查本案 BOT 計畫參與投標廠商之提案計畫書皆需要工作小組審議，其提出之樓地板面積皆明顯高於原可行性評估的 42,000 m²，但卻無人要求檢討權利金之合理性。另關於 BOT 合約簽訂前之執行投資計畫書也需要工作小組審議，似乎也無人提出質疑。

二、本案主體事業比例由原 80%降為 65%及刪除 200m² 以上回饋空間之決策，前臺北市副市長林崇一及前文化局局長李永萍應有涉犯行政責任之嫌

(一)、查本 BOT 計畫案 96 年 12 月 31 日原招標文件公告，係依第一次及第二次甄審會議討論事項之決議通過後，由文化局簽請前市長郝龍斌核可後辦理(原公告)。另查 97 年 4 月 10 日第 1 次變更招標文件公告，係依第三次甄審會議討論通過後，由文化局簽請核可後(第一次變更公告)辦理。但查本計畫案執行機關文化局在未經甄審會議討論下，於 97 年 5 月 29 日簽請將本計畫案之主體事業及附屬事業之比例，由甄審會議決議通過的 80%及 20%之條件，變更為 70%及 30%及刪除設置 200 平方公尺以上之回饋空間，而前副市長林崇一代前市長郝龍斌突擊性裁示，本案主要事業佔 65%、附屬事業為 35%及同意刪除設置 200 平方公尺以上回饋空間之條件。

(二)、前文化局長李永萍在未經甄審會議討論議決下擅自簽請改變本案主、附屬事業之比例由原 80%、20 %降為 70%、30%及刪除設置 200 平方公尺以上之回饋空間，而前副市長林崇一代前市長郝龍斌突擊性裁示，本案主要事業佔 65%、附屬事業為 35%之比例。此項變更事前既未經本案甄審會議列為討論事項議決，裁示後亦未送甄審會議討論追認，簽呈僅略以廠商關切議題或疑義，亦無相關之分析資訊以支撐為何要變更及變更之可能影響分析，即逕行公告第二次變更本案申請須知主、附屬事業之比例為 65%及 35%。刪除設置 200 平方公尺以上之回饋空間條件，更從未在本案任何工作會議或甄審會議討論決議。上開事實建請移送監察院追查相關政府官員之行政責任。

三、土地租金收入之約定條件明顯不合理

查目前本 BOT 計劃之合約土地租金，係以本計畫案土地(12,000 m²)之當年公告地價的 5%計算，並以 6 折計收土地租金，看似收益甚佳，但查：

- (一)、本計畫案基地，面積約 1.2 公頃，法定容積率為 240%，其法定容積上限僅 28,800 m²，但招商文件中之容積上限卻達 60,000 m²，經查其係因本計畫案專案小組第 2 次會議 (96 年 5 月 17 日)決議『文化園區(計入古蹟歷史建築區約 6 公頃，合計約 7.2 公頃)，扣除古蹟、歷史建築之既有容積，剩餘容積約 85,000 平方公尺，於適度保留部分容積以支援古蹟歷史建築區活化在利用後，可供本案 BOT 基地(約 1.2 公頃)就整體剩餘容積一併檢討使用』，換言之，本案容積增加之 31,200 m²，係專案小組決議將古蹟區 6 公頃之部分容積調派至本計畫使用，換言之，本計畫案 52%(31,200/60,000)之容積係來自於古蹟歷史建築區的剩餘容積。

- (二)、另查文化園區 7.2 公頃之法定容積 172,800 m² 使用情形彙示如下：

計畫	容積面積	折合土地面積
本 BOT 計劃法定容積	28,800 m ²	
調派至本 BOT 計劃容積	31,200 m ²	13,000 m ²
調派至巨蛋使用容積	58,155 m ²	24,231 m ²
既有古蹟使用容積	28,937 m ²	
保留之容積面積	25,708 m ²	
合計	172,800 m ²	

由以上分析可知，本計畫案及巨蛋計畫案額外使用古蹟歷史建築區容積之土地面積達 37,231 m²，但市府對該兩計畫案之廠商並未額外要求其支付額外之土地租金，明顯不合理，建議應予以糾正，並應盡速與臺北文創公司及遠雄公司進行重新談判，追討此部分之土地租金。。

四、捐助文創基金會管理機制和理性探討

查本案甄審委員會第 4 次及第 5 次會議決議之『最優申請人平台功能強化創投機制』，目標係以臺北文創公司租金收入之一小部分提撥作為提供文創創作者(研發、創作及生產)、文創行銷及通路業者其所需之天使投資之部分資金來源，如此可對建構文創資金、生產及行銷之完整平台，進而發展文創產業，此項決議係為達成文化局提出之本 BOT 計畫案政策效益(詳計畫簡介段說明)之一部分。臺北文創公司並依投資執行計畫於 102 年捐助 500 萬元成立臺北文創基金會。

臺北文創基金會係臺北文創公司依最優申請人富邦公司『投資執行計畫書』中財務計畫 5-4-2 中預計捐助成立，且未來營運期間每年捐助文創基金會 500 萬元以上，因此臺北文創基金會應屬公共財，其運作自應脫離臺北文創公司獨立運作，但查臺北文創基金會之管理架構，並無可能超脫臺北文創公司之掌握，惟主管機關文化局對此幾乎視若無睹，應予以糾正。

五、非本 BOT 當事人之第三者提供文創回饋金之適法性及適格性探討

查 103 年 11 月 5 日市府與誠品旅館公司及臺北文創公司簽定之文創回饋金提撥契約，其主要內容為誠品旅館公司承諾捐贈定額回饋金及變動回饋金予臺北市文化設施發展基金，惟查誠品旅館公司係誠品股份有限公司之孫公司，由臺北文創公司將松菸 BOT 計畫之旅館空間委託誠品旅館公司經營，因此誠品旅館公司僅是臺北文創公司委託經營旅館空間者，並非本 BOT 計畫合約之當事人，依理如要提供文創回饋金，也應由 BOT 合約當事人(即臺北文創公司)提供，不應由非本 BOT 當事人之第三者誠品旅館公司提供，其適法性及適格性應有可議之處。

六、政策目標及效益之執行績效探討

(一)、松菸 BOT 計畫案具體的預期政策效益及執行成效分析：

本案自 102 年 5 月 5 日實際營運至今將屆滿二年，但自本案規劃以來，外界議論紛紛，僅依文化局提供至 102 年底之執行檢討重點彙示如下：

政策效益或作法	執行情況或未來執行計畫
提供文化創意產業進駐	1、文創產業營運績效評鑑著重產業經濟效益，本 BOT 案目標政策在其多元性，講究空間使用率之穩定性，包括產業項目及產業生態鏈，亦不希望單一集團進駐單位過多。 2、文創範圍應有 15 項+1 項中其他之文創範圍，而不是只限定在類似工藝類或美術類的範疇，在時尚、旅遊、觀光內涵擴大認定。
創造多元平臺(創作者、平臺經營者和消費者間)	未見執行。
引進國際行銷顧問業者	未見執行。
引進創投基金	未見執行。
引進無形資產融資鑑價機制	未見執行。
協助文化創意業者建立品牌	1、尚未有具體成效，尚待觀察。 2、4F-5F 文創繁殖中心，對於中小型文創產業扶植成效尚待觀察。 3、6F-13F 文創辦公室，有集團辦公室過度集中使用，違反多元使用之虞
打造文化創意產業旗艦基地	1、整個文創基地規劃樓地板面積 28,000 坪，包括文化創意設計 4,100 坪、當代藝術創意 2,300 坪、美學生活創意 4,100 坪以及資源整合交流 17,500 坪。此量體類別如何對照目前規劃項目。 2、量體類別的落差，如文創旅館於原投資執行計畫書規劃為 2,500 坪，營運績效說明書則為 5,273 坪，落差達 76%。
臺北文化櫥窗	未見徹底執行
促進文化創意產業永續發展	未見徹底執行

(二)、臺北文創公司大樓之經營及配置執行情形如下表：

	面積(坪)	關係企業 面積(坪)	%	備註
商場-誠品 ¹⁰	6,047.80		22%	詳(三)進一步分析
商場-台灣大哥大	162.14	162.14	1%	
辦公室	13,128.71	7,376.08	47%	詳(四)進一步分析
旅館	5,273.47		19%	
多功能廳	1,259.37		5%	
臺北文創會所	717.19		3%	
藝術電影院	579.99		2%	
表演廳	615.21		2%	
合計	27,783.88	7,538.22	100%	

(三)、松菸誠品商場經營業態分析：

原訂本項分析之目標，在探討松菸誠品商場之經營業態，是否符合原鼓勵文創發展之政策目標，依誠品集團 104 年 4 月 27 日提供進駐廠商清冊(附件十一)，部分廠商係具規模之連鎖商家，其進駐影響文創扶持精神，應對其營收、租金作進一步檢討。

(四)、臺北文創公司大樓辦公室分租執行情形如下表：

	面積(坪)	%	備註
文化創意產業	4,924.33	38%	其中租用百坪以上之廠家達 14 家 租用坪數達 4,331.27 坪，佔 88%
誠品	344.13	3%	
富邦集團公司	7,376.08	56%	
待租	484.17	4%	
合計	13,128.71	100%	

¹⁰總面積 6047.8 坪內含誠品食尚館使用面積。

(五)、臺北文創出租租金定價之合理性分析

依目前台北文創公司出租情況依租金條件彙述如下

租金條件 (元/月/坪)	面積 (坪)	承租人	%	說明
450	1,195.2	誠品	4%	藝術電影院、 表演廳
600	2,603.47	文創產業(1)	9%	共 13 家承租，每 家平均面積 200.26 坪，最小 承租面積 76.45 坪
1,050	6047.8	誠品	22%	誠品商場使用
1800	162.14	台灣大數位	1%	台灣大哥大 手機商場
2,200	2,320.86	文創產業(2)	8%	其中一家租用 2,192.72 坪，其餘 面積由 7 家承租， 每家平均 18.31 坪。
2,200	344.13	誠品	1%	誠品辦公室
2,200	7,275.75	富邦集團	26%	
自用辦公室	100.33	台北文創公司	-	
待租	484.17	台北文創公司	2%	
自用或自營	2,076.89	台北文創公司	7%	
自營旅館	5,273.47	台北文創公司	19%	
	27,783.88		100%	

依前述資料分析如下：

- 1、由前表分析，富邦集團使用本 BOT 計畫大樓之面積比重過重，因此將本計畫稱之為富邦大樓計畫似不為過。
- 2、經查誠品承租信義旗艦店依營業總額採固定及抽成租金計算(即包底抽成)，據查該大樓辦公室每坪之租金約為 3,000/月坪，推估信義旗艦店每坪之月租金應在 3,000 元之上，松菸與信義雖在不同商圈，但每坪 3,000 元與 1,050 元之租金條件實在差異過大，誠品得以每坪 1,050 元租用商場空間且

租期長達 20 年，台北文創公司以文創之名以如此優惠條件提供誠品經營商場，此種對特定公司的優惠政策，是否可能扼殺其他文創業者之生機，而違反原政策之本意。

- 2、經查本計畫案以鼓勵文創產業之名，以每坪 600 元出租於部分文創產業(文創產業(1))，此部分之面積達 2,603.47 坪，但進一步分析發現僅 14 家產業承租，每家租用平均坪數達 200.26 坪，試問一家可以租用百坪以上之產業，是否還是政策獎勵之對象，其中某一家公司租用面積達 427.24 坪，該公司總經理更身兼台北文創基金之董事，此種對特定公司的優惠政策，是否可能扼殺其他文創業者之生機，而違反原政策之本意。
- 4、另查本計畫案也以鼓勵文創產業之名，以每坪 2,200 元出租於部分文創產業(文創產業(2))，此部分之面積達 2,320.86 坪，但進一步分析發現其中一家及租用 2,192.72 坪，其餘每家平均租用坪數為 18.31 坪，如果它們是文創產業可算是小型之文創事業，可是其租金卻達每坪 2,200 元，是第 2 項每坪 600 元租金之 3.67 倍，此種政策，反而扼殺小型文創業者之生機，而違反原政策之本意。
- 5、假設台灣大哥大的承租價 2,200/月坪係屬合理市場價格，部分受獎勵之文創辦公室之租金僅 600/月坪，僅約台灣大哥大租金 2,200/月坪之 27%，此定價是否也是偏低？否則也如前項之討論反而扼殺其他文創業者之生機，畢竟不是每家好的文創業者都有機會得到此優惠的機會(以目前之規劃僅有 14 家公司的機會)，此是否是原來政策之本意？
- 6、又誰可以進入松菸文創？誰有權決定何業者能以優惠價格承租松菸文創辦公室？此乃又形成另一個權力的特權。
- 7、另查本計畫案自 102 年 5 月 5 日實際營運尚未滿二年，因時間甚短政策執行績效甚差，可能尚需更多時間才能證明其績效，但覆核前述(一)項績效檢討內容實令人憂心，可能淪為政策空心菜或被譏為包裝目的之政策目標，實非市民之福，期待文化局、台北文創公司及誠品集團能真心、用心、誠心共同朝打造文化創意產業旗艦基地、促進文化創意產業永續發展及協助文化創意業者建立品牌的政策目標邁進。

陸、綜合結論、建議及補充調查報告

一、建議應與台北文創公司重開談判以爭取市府合理之權益

- (一)、營運權利金
- (二)、土地租金收入之約定條件
- (三)、臺北文創基金會之董事會應有三分之二以上名額由市府指派

二、建議應建立每年定期政策目標績效檢討機制，並將檢討結果公示於眾，以讓全民得以共同監督及督促文化局、臺北文創公司及誠品集團等相關單位在本計畫案之執行績效。

三、建議應予以糾正部分

- (一)、開發權利金及營運權利金低估
- (二)、土地租金收入之約定條件
- (三)、捐助文創基金會管理機制
- (四)、文創回饋金提撥合約
- (五)、政策執行績效探討

四、建議本案應函送監察院調查：

- (一)、本件松菸 BOT 計畫案因原可行性評估之假設錯誤，造成設算之權利金明顯低估，導致台北市政府收入嚴重短少，影響市民權益至深且鉅。
- (二)、本件松菸 BOT 計畫案主、附屬事業之比例調降為 65%及 35%及刪除設置 200 平方公尺以上之回饋空間條件，變更前既未經本案甄審委員會會議列為討論事項議決，復於裁示後亦未送甄審委員會會議討論追認，簽呈僅略以廠商關切議題或疑義，並無相關之分析資訊以支撐為何要變更及變更之可能影響分析，即逕行公告第二次變更，前臺北市副市長林崇一、前文化局長李永萍即有行政責任。
- (三)、又按民間參與公共建設甄審委員會組織及評審辦法第 6 條明文規定：甄審會委員名單，於開始評審前應予保密。但經甄審會全體委員同意於招商文件中公告委員名單者，不在此限。查本案松菸 BOT 計畫所有甄審委員並無同意於本案招商文件公告委員名單。換言之，本案松菸 BOT 計畫所有甄審委員名單應予保密。惟查本案松菸 BOT 計畫歷經五次甄審會始完成任務而解散，第 1、2、3 次甄審會議為討論本案松菸 BOT 計畫之招標文件，第 4 次甄審會議則為評選最優申請人。是故，若無周全之保密措施，本案松菸 BOT 計畫所有甄審委員於評選完成前即有被高度汙染之危險。
- (四)、上開事實應否移送本案至監察院調查糾正、懲處、懲戒，本小組提請本

會大會公決。

五、補充調查報告：

- (一)、依據 104 年 5 月 7 日前臺北市政府文化局局長李永萍陳述意見書(附件十二)辦理，合先說明。
- (二)、查上開陳述意見書一、所述內容係本會洪智坤委員於 104 年 5 月 5 日在其所屬個人臉書發表之言論，非本調查小組之調查意見，本調查小組不予評論。
- (三)、次查上開陳述意見書二、1. 略謂「…時任副市長林崇一所主持之市府跨局處專案小組會議，遂決定將開發權利金從新臺幣(下同)15 億元調降為 12 億元，…云云」。惟本調查小組翻遍本案所有相關資料，並無上開所述臺北市前副市長林崇一所主持之市府跨局處專案小組會議之任何相關會議記錄。
- (四)、未查上開陳述意見書三、謂「開發權利金多寡，並非評選松菸 BOT 計劃投資人之單一考量因素」。固非無見，惟查 96 年 8 月 29 日本案文資委員諮詢會議第 12 次討論案案二決議：原則朝以容積低且權利金高者為優先。是故，本案由富邦取得最優申請人之權利，似有違上開原則，併此敘明。

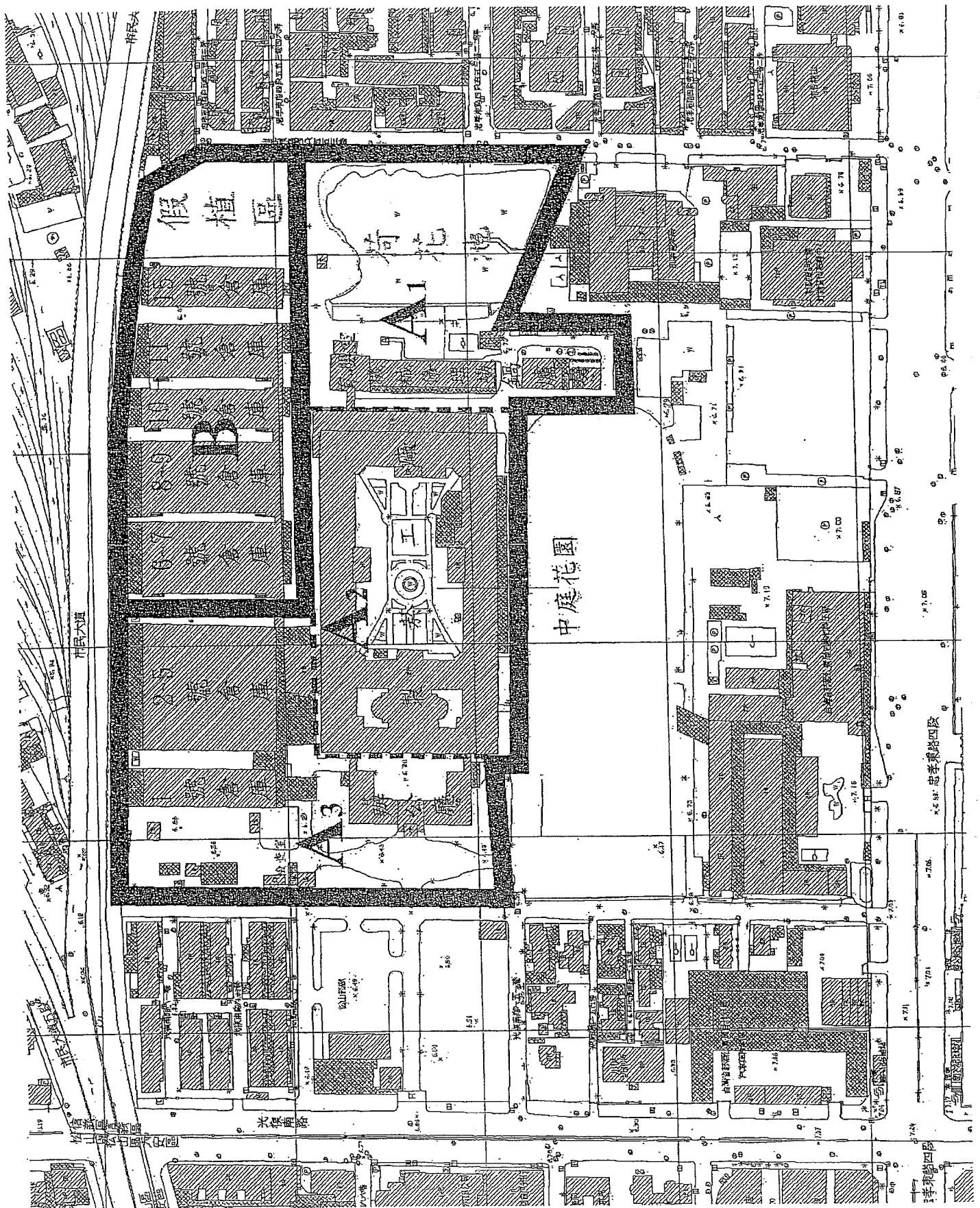
中 華 民 國 105 年 6 月 10 日

報告人：蘇麗瓊

高宗良

許順雄

04 1



臺北市文化設施發展基金

基金增減數額明細表

中華民國99年度

單位：新臺幣元

管理機關	基金來源	期初基金額		本年度增減額		期末基金額	
		實收基金	預收基金	現金	轉帳	實收基金	預收基金
臺北市政府文化局	合計	12,020,398,150		390,000,000		12,410,398,150	
	市府投資	41,000,000		390,000,000		431,000,000	
	固定資產作價-1.市長官邸藝文沙龍	508,550,839				508,550,839	
	固定資產作價-2.牯嶺街小劇場	88,929,158				88,929,158	
	固定資產作價-3.蔡瑞月舞蹈研究社	392,517,286				392,517,286	
	固定資產作價-4.臺北故事館	3,406,416				3,406,416	
	固定資產作價-5.臺北服飾文化館	117,028,197				117,028,197	
	固定資產作價-6.齊東街日式宿舍	32,760,000				32,760,000	
	固定資產作價-7.臺北數位藝術中心	200,755,274				200,755,274	
	固定資產作價-8.撫台街洋樓	1,077,958				1,077,958	
	固定資產作價-9.義方國小	2,081,308				2,081,308	
	固定資產作價-10.市定古蹟松山菸場	10,549,787,779				10,549,787,779	
	固定資產作價-11.通化段回鹺空厝間	31,605,531				31,605,531	
	固定資產作價-12.大業段回鹺空厝間	33,288,214				33,288,214	
	固定資產作價-13.仁愛段回鹺空厝間	17,610,190				17,610,190	

(附件五)

(附件三)

先簽後稿 / 工交換 / 開法應用

第1頁

檔號: 96/181203.05/99/11/7

檔號: 181203.05-49
保存年限: 10年

臺北市府文化局 函 (稿)

校對 鄭正誠

監印

發文 書記劉青蓮

地址: 臺北市市府路1號4樓西北區

承辦人: 鄭正誠

電話: 23451556#3606

傳真: 27253264

電子信箱: bt-1029@mail.taipei.gov.tw

受文者: 臺北市府市長室等

發文日期: 中華民國96年3月12日

發文字號: 北市文化二字第09630220400號

類別: 普通件

密等及解密條件或保密期限: 普通

附件: 會議紀錄

主旨: 檢送本局96年2月13日召開「臺北市府文化局重大政策簡報會議」紀錄, 詳如附件, 請查照。

說明: 依旨揭會議紀錄續辦。

正本: 臺北市府市長室、臺北市府林副市長室、臺北市府李秘書長室、臺北市府研究發展考核委員會主任委員

副本:

會辦單位:

承辦單位

核稿

決行

鄭正誠
股長劉得堅

發 審核後送代為決行

第二材料
秘書長鄭文宗

先發後稿

第2頁

檔號：
保存年限：

簽於臺北市政府文化局

96年2月16日

檢陳鈞長96年2月13日主持「臺北市政府文化局重大政策簡報會議」紀錄1份，奉核後擬稿函送各與會單位及人員。

敬陳 副市長 市長

承辦單位 電話：3606

審核

決行

秘書長 鄭正誠
0101/1828

副秘書長 邱正生
0101/1828

秘書長 陳永仁
0101/1828

秘書長 謝玉芳
0101/1828

秘書長 謝玉芳
0101/1828

秘書長 李進德
0101/1828

秘書長 劉得堅
0101/1828

秘書長 李進德
0101/1828

秘書長 鄧文宗
0101/1828

敬啟

第三科

永祥
0101/1310

永祥
0101/1310

永祥
0101/1310

秘書長 謝玉芳
0101/1828

秘書長 謝玉芳
0101/1828

秘書長 謝玉芳
0101/1828

2312



第1頁 共1頁

臺北市政府文化局
DTAA096302204 00

244

臺北市政府文化局重大政策簡報會議紀錄

一、開會時間：96年2月13日 10時30分

二、地點：市府大樓11樓準備室

三、主持人：郝市長龍斌

郝龍斌

四、記錄：鄭正誠

五、出席單位及人員：

臺北市政府吳副市長秀光

臺北市政府林副市長崇一

林崇一

臺北市政府李秘書長述德

李述德

臺北市政府研究發展考核委員會

張明

臺北市政府文化局李局長永萍

李永萍

臺北市政府文化局

陳冠甫



六、與會單位意見：略

七、主席裁（指）示事項：

討論事項一（臺北城市博物館）：

1. 有關本案籌建會報與籌備處成立，及後續動支第二預備金等事宜，原則同意並請另案簽報本府核定。
- ✓ 2. 有關本次會議所提之2建議方案，請採B案方式辦理，並將極限運動場地納入規劃一併考量。
- ✓ 3. 美術館前之中山2號公園場地^{原則上可}同意交由台北市立美術館一併管理。

討論事項二（松山菸廠文化園區）：

1. 原則同意將園區切割為A、B兩區域之推動構想，A區採自行修復方式辦理，
✓ 另B區^{研允以}請參^初考^初廣慈博愛院BOT案例評估辦理。
2. 教育局核撥之特別預算部份儘速辦理執行，後續修復經費不足部分再循年度預算編列程序或其他方式辦理。

八、散會。



簽 於 臺北市政府文化局

96 年 12 月 19 日

主旨：為「辦理民間參與投資松山菸廠文化園區興建營運移轉(BOT)計畫案」公告上網案，請 鑒核。

說明：

一、本案奉 市政府96年10月2日核可以政府規劃方式辦理BOT在案，主辦機關為臺北市政府，本局為執行機關；有關本案之公告及甄審事宜，及與特許公司辦理「開發經營契約」之議約、簽約及履約等，授權由執行機關(本局)以主辦機關(臺北市政府)名義為之。

二、經本局參考工程會相關法令規定、研究成果及案例等，初擬本案招商文件(申請須知、契約草案)，並依「促進民間參與公共建設法」第44條及「民間參與公共建設甄審委員會組織及評選辦法」等規定成立甄審委員會及工作小組，辦理情形如下：

(一)甄審委員會：96年11/1、12/13召開2次會議。

(二)工作小組：96年5/21、10/29、11/27、12/18召開4次會議。

(三)本案並委託寰瀛法律事務所擔任法律顧問，依甄審委員會及工作小組授權密集召開16次工作會議協助本局辦理本案招商文件之檢討與修正。

三、本案招商文件(申請須知、契約草案)業依甄審委員會會議決議並彙整委員意見檢討與修正，並提請工作小組確認完成。重要內容如下：

(一)公共建設位址及民間參與範圍：臺北市逸仙段2小段350地號土地，面積約1.2公頃(實際面積以設定地上權面積為準)。

(二)公共建設案件規模：約42億元(政府0出資)。

(三)公共建設內容：

1、業務經營範圍：(1)興建、營運本計畫案之文化設施。

(2)符合本基地之都市計畫、臺北市土地使用分區管制規則許可之主體事業及附屬事業之經營。

2、主體事業：文化創意產業區及周邊資源區之空間量體應至少佔總容積樓地板面積80%。

3、附屬事業：附屬事業區之空間量體至多不超過總容積樓地板面積20%。

4、興建營運期間：分為興建期及營運期，共計50年。

5、開發總量：松菸文化園區法定容積率240%、建蔽率(60%為原則，得酌予增加5%)，得調派至BOT基地整體開發，

容許之總容積樓地板面積不得超過60,000平方公尺，並應設置回饋空間總容積樓地板面積達200平方公尺以上。✓

(四)權利金：

- 1、開發權利金：開發權利金總額不得少於15億元。
- 2、營運權利金：營運期間每年依營業總收入0.5%。

(五)保證金：

- 1、申請保證金：申請保證金金額為500萬元整。
- 2、履約保證金：(1)興建期以開發權利金總額5%計算。
(2)營運期以開發權利金總額2.5%計算。

(六)申請人資格：

- 1、單一公司：實收資本額須在3億元(含)以上。
- 2、企業聯盟：實收資本額合計須在4億元(含)以上，企業聯盟代表之實收資本額須在1億5,000萬元(含)以上。

(七)興建營運公司：實收資本額應達新臺幣5億元，自有資金比率不得低於40%。✓

(八)甄審計畫：資格審查、綜合評審2階段，不採行協商程序。

(九)預定作業時程：

- 1、公告招商：96.12.26-97.6.23(181日)
- 2、資格審查：97.6.24-7.7(14日)，選出合格申請人
- 3、綜合評審：97.7.8-8.4(28日)，評定最優/次優申請人
- 4、議約簽約：97.8.5-10.3(102日)

四、依前述，說明一之「特許公司」修正為「興建營運公司」、「開發經營契約」修正為「修正為興建營運移轉契約」。

五、檢附修正後之申請須知、興建營運移轉契約(草案)。

擬辦：奉 核可後，依說明四、五辦理公告上網等後續事宜。

敬陳 市長 副市長 秘書長 副秘書長

承辦單位 #3605

審 核

聘請 王芳

臺北市政府 陳冠甫

臺北市政府 陳永仁

股長 李威蒂

永華

1224/1620

技正 劉得堅

1224/1420

臺北市政府 李述德

第二科 鄧文宗

1600

請加會 再行公告

一、本案如能行

二、合約草案中林副市長所提意見請法規會協助研擬修訂後

請加會 再行公告

一、BOT合約草案折頁及給案註記處，請再函北政公室之補充。

二、P.28 ORB 疏于入以太多，本案必第2頁共2頁3~5人太多，請參考。

1227

1225 2320

P.28

(附件五)

簽 於 臺北市政府文化局

97 年 3 月 20 日

主旨：為「辦理民間參與投資松山菸廠文化園區興建營運移轉(BOT)計畫案」辦理變更公告案，簽請 鑒核。

說明：

- 一、本案奉 鈞長於96.10.2核可以政府規劃方式辦理BOT在案，主辦機關為臺北市政府，本局為執行機關(原簽影本如附件1)。
- 二、本案招商文件：申請須知、興建營運移轉契約(草案)，業陳奉 鈞長於96.12.27同意公告在案(原簽影本如附件2)。
- 三、前項公告契約草案奉林副市長提示意見，本局於97.1.9邀集法規會、體育園區籌備處與律師顧問研商，並依會議提出意見由本局與法律顧問、財務顧問於1/16、1/18、1/29、3/6、3/7召開5次工作會議研商修正(紀錄如附件3)，復於97.3.17召開第3次甄審會議(紀錄如附件4)。
- 四、考量近來原物料漲幅大，物價波動幅度高，預估國際原物料一年之內，仍有可能持續飆漲；經重新調整財務試算，本案開發規模增加至約58億元(政府0出資)，建築興建費用約需33.7億，為促進廠商投資意願及徵求優質建築設計(綜合開發計畫之重點評分項目為綠建築指標、建築設計構想等)，奉 鈞長指示調整開發權利金總額及分階段繳交額度如下：
 - (一)開發權利金總額：總額不得少於12億元。
 - (二)分階段繳交額度：第1階段繳交總額10%(約1.2億元)；第2階段繳交總額90%(第4年起分16年繳交，每年5.625%約67,500,000元)。
 - (三)履約保證金：興建期為開發權利金總額5%(約6,000萬元)；營運期為開發權利金總額2.5%(約3,000萬元)。

潘玉芳

(附件五)

五、因應變更招商文件公告，修訂作業期程如下：

(一)公告招商：96.12.31-97.8.4(218日)

(二)資格審查：97.8.5-8.18(14日)；選出合格申請人

(三)綜合評審：97.8.19-9.15(28日)；評定最優/次優申請人

(四)議約簽約：97.9.16-12.26(102日) /

六、檢附修正後之申請須知、興建營運移轉契約(草案)併陳。

七、本案招商說明會擬訂於4月份辦理。

擬辦：奉 核可後，依說明段辦理變更公告等後續事宜。

敬陳 市長 副市長 秘書長 副秘書長

會辦單位：法規會

承辦單位 #3605

審 核

決 行

聘用 潘玉芳
研習員

臺北市政府 陳冠甫
秘書長

臺北市政府 陳永仁
副秘書長

股長 李威蒂
0320/1820

技正 劉得堅
0320/1820

第二科 鄧文宗
0320/1645

臺北市政府 李述德
秘書長

臺北市 郝龍斌(甲)
0403
1715

契約草案第20條「爭議

處理」細則(§20.2、

§20.3)，目前為「協商

調解」至為不同，且協

調不成，又有「訴訟」一途，

較為 DRB (Dispute Reviewing

Board) 之精神不同，可為參

照 BOT 案(如附)修正。

潘玉芳

奉 核可後，依法規會意見將「國庫風險」加入契約15.2.2。

簽 於 臺北市政府文化局

97 年 5 月 29 日

主旨：為「辦理民間參與投資松山菸廠文化園區興建營運移轉(BOT)計畫案」擬辦理變更公告(第2次)案，請 鑒核。

說明：

一、本案招商文件前於96.12.31公告，因修訂開發權利金、仲裁、辦理期程等，於97.4.10變更公告(第1次)，截止收件期限由97.6.23延長至97.8.4。

二、本案於97.4.21、97.5.7辦理2次招商說明會，針對廠商關切議題或疑義，經參酌BOT相關案例檢討後，修訂原則如下：

(一)涉及招商文件修正之議題：

1、股東權益/自有資金佔總資產之比率：

(1)目前規定：不得低於40%。

(2)建議修訂：不得低於30%。

2、股份轉讓之限制：

最優申請人持有興建營運公司股份之比例

(1)目前規定：不得低於興建營運公司實收資本額之50%。

(2)建議修訂：

A. 興建營運公司成立後至營運開始日起滿1年之末日止，
持股比例不得低於50%。

B. 前項期間屆滿後，持股比率不得低於30%。

3、主體事業/附屬事業之空間量體佔總容積樓地板面積：

(1)目前規定：主體事業應至少佔80%。

附屬事業至多不超過20%。

(2)建議修訂：主體事業應至少佔70%。

附屬事業至多不超過30%。

4、興建期(3年)可否調整

修正本案興建營運移轉契約(草案)第6頁，第2.3條興建期間之規定：「...36個月內取得主體設施之使用執照。」增列「但乙方於上開期間屆期前申請展延興建期限，並經甲方同意者，不在此限。」

5、開發權利金第2階段繳交時間可否調整

修正本案興建營運移轉契約(草案)第23頁，第9.1.1條開發權利金之規定：「...第一階段...繳交開發權利金總額之10%...第二階段...第4年起...。」增列「乙方依第2.3條約定申請展延興建期限，並經甲方同意者，前述開發權利金第二階段第1期之繳交期限，亦一併配合展延，惟展延期間以1年為限。」

6、回饋空間

(1)目前規定：總容積樓地板面積達200平方公尺以上。

(2)建議修訂：刪除有關回饋空間之規定。

(二)不涉及招商文件修正之議題：

1、不動產證券化：

(1)考量本案特性及相關法令制度尚未完備，且招商文件相關條款已預留未來甲方裁量空間，目前暫維持現行公告之招商文件內容回應廠商詢問或釋疑。

(2)本局將參考本府交九、廣慈及鐵路局松山車站、南港車站等BOT案例，邀集法規會、財政局、財務顧問及法律顧問召開研商會議。

用
潘玉芳

2、由本局研議回應內容，採Q&A型態公布於本案專屬網頁。

3、如有涉及其他單位議題(如：體育園區、北側道路等)，依府內研商結論簽陳後公布於本案專屬網頁。

三、本次修訂內容對民間參與投資本案有積極正面效益，為鼓勵申請人備標，擬併案檢討預定作業時程表：

(一) 本案截止收件期限擬由97.8.4延長至97.9.1

研究員(副) 王芳

(二) 依「機關辦理促進民間參與公共建設案件作業注意事項」(97.2.4修訂版)第40點規定，議約完成至簽訂契約期間由42天修正為30天。

擬辦：奉 核可後，依說明段辦理變更公告(第2次)等後續事宜。

敬陳 市長 副市長 秘書長 副秘書長

承辦單位 #3605 林副市長 吳副市長

審 核

決 行

聘用 潘玉芳
研究員(副)
052976870

專門委員 陳國昌
053071441

臺北市府秘書長 陳永仁
副秘書長
060371915

股長 李威蒂
05290856

臺北市政府秘書長 陳冠甫
053071500

臺北市政府秘書長 楊錫成
副秘書長
060371915

技正 劉得堅
052976870

第二科 郭文宗
053071815

子萍
0603/0900

臺北市府副市長 吳清基
0604
1824

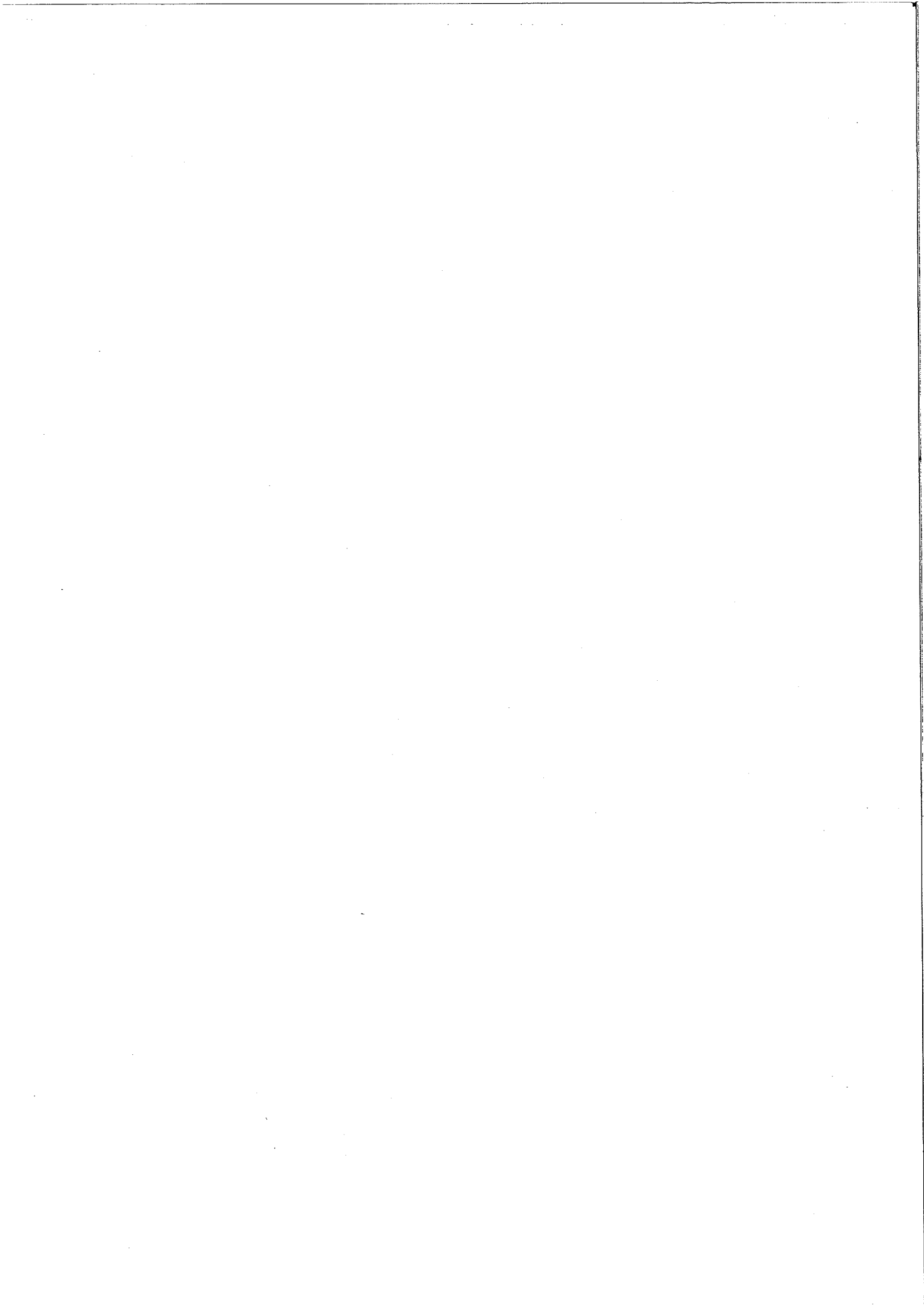
除主、已屬專業
所佔量比例
修正為 65:35 %
外，餘如擬

臺北市府秘書長 郝龍斌(甲)

0605
2240

0605
2240

番五芳



「辦理民間參與投資松山菸廠文化園區興建營運移轉 (BOT)計畫案」甄審委員會第4次會議紀錄

一、會議時間：民國 97 年 9 月 25 日(星期四)下午 2 時 0 分整

二、會議地點：臺北市都市計畫委員會會議室(市政大樓 8 樓西南區)

三、主席：李委員永萍(召集人)

四、出席委員：

陳委員冠甫(副召集人)

劉委員維公

潘委員冀

李委員仁芳

郭委員瓊瑩

梁委員永興

馮委員正民

林委員建元

何委員依栖

許委員阿雪

李委員乾朗

洪委員滄浪(請假)

張委員光民

劉委員佳鈞

五、列席人員：

鄭聘用企劃師易丹

賴組員柏菁

蔡專員宗峯

邵股長琇珮

劉技正瑞麟

黃科長珞寧(請假)

陳正工程司慧珍

張專員政忠

寰瀛法律事務所

李律師元德、吳律師世宗、陳法務俐宇

臺北市政府文化局

鄧科長文宗、劉技正得堅、李股長威蒂
林股長長杰、鄭正誠、余雋江、曾敬淳

廠商 1：漢洋建設股份有限公司

張綱維、馬天宗、張樞、葛賢鍵、馬文炳、Philip de Souza、
呂曼蓉、何碧娟、賴永芳、羅美慧、徐易軒、林婉瑜

廠商 2：富邦建設股份有限公司

蔡明忠、薛昭信、李震華、黃時中、金玉瑩、李繼文、章倩儀、
吳清友、吳旻潔、林婉如、李智祥、趙勁堯

六、記錄人員：潘玉芳

七、主席致詞：(略)

八、報告事項：

案由一：本案公告期間執行情形報告。

說明： 96.12.31 招商文件上網公告
97.03.17 甄審委員會第 3 次會議
97.04.10 變更公告 1
97.04.21 招商說明會(第 1 次)
97.05.07 招商說明會(第 2 次)
97.06.16 變更公告 2
97.09.01 截止收件
97.09.02 資格審查
97.09.25 甄審委員會第 4 次會議/綜合評審

決定：同意備查。

案由二：工作小組就申請案件資料擬具初審意見報告。

說明： 97.09.03 工作小組會議 5
97.09.08 工作小組會議 6
97.09.11 工作小組會議 7
工作小組就申請案件資料擬具初審意見報告詳會議資料附件。
1.依本案綜合評審階段甄審項目及甄審標準就申請案件資料初審意見彙整：大致符合評審辦法第 14 條招商文件規定，並整理差異性做成對照表，供甄審委員參考。
2.申請人所列需政府協助事項主辦機關/執行機關回應：
(1).申請人應詳閱本案申請須知，其提送申請文件即表示已同意遵守其所規定之事項，申請人不得逾越而提出任何附帶條件或但書。
(2).主辦機關/執行機關不擔保協助事項必然成就。
3.分請申請人補充說明事項(請廠商於簡報或答詢時一併說明)

決定：同意備查。

九、討論事項：

案由一：合格申請人之綜合評審。

說明：經 97.9.25 上午 9:30 抽籤作業，簡報次序如下：
廠商 #1：漢洋建設股份有限公司，簡報時間為下午 2 時 30 分。
廠商 #2：富邦建設股份有限公司，簡報時間為下午 4 時 15 分。

經現場開啟權利金標封，依廠商簡報次序報價如下：

漢洋建設股份有限公司，開發權利金標封內報價為新台幣 16.5 億元。

富邦建設股份有限公司，開發權利金標封內報價為新台幣 13 億元。

廠商#1：漢洋建設股份有限公司簡報(略)

詢答(詳附件 1-1)

需政府協助事項主辦機關/執行機關回應(詳附件 1-2)

廠商#2：富邦建設股份有限公司簡報(略)

詢答(詳附件 2-1)

需政府協助事項主辦機關/執行機關回應(詳附件 2-2)

決議：除簡報時口頭答詢並做成紀錄外，疑義澄清將為書面記錄，
及現場書面簡報併同作為甄審評決、議約或簽約之依據。

案由二、最優申請人及次優申請人之評定。

說明：經彙整出席 14 名個別委員綜合評審評分表，填入最優申請人或增選次優申請人—甄審評分彙總表。

漢洋建設股份有限公司，彙總結果：合計序位 23、總分 1,128。

序位 2、總平均分 80.57。

富邦建設股份有限公司，彙總結果：合計序位 19、總分 1,146。

序位 1、總平均分 81.86。

決議：

(一)經綜合評審評定結果，本案選出最優申請人富邦建設股份有限公司，並增選次優申請人漢洋建設股份有限公司。

(二)對最優申請人附請納入決議事項：

- 1.平台功能強化創投機制(至少一定規模以上)。
- 2.產業定位應公開廣詢各界意見或更進一步討論。
- 3.補充說明消費市場的界定、未來的使用者及消費行為。
- 4.本案 BOT 區之功能與松菸文化園區 A 區之空間使用不重疊，最好能互補。
- 5.團隊組成不得任意變動，承諾投資建築興建成本原則不得變動，建築規劃為重要待決事項，應依委員等意見請團隊中國際建築師參與修正設計。

6.有關財務計畫與建築計畫有不一致部份，請再提出詳細的解決方案。

7.需政府協助事項需政府協助事項主辦機關/執行機關回應、詢答皆納入紀錄。

(三)依據本案申請須知 5.2.1 規定，最優申請人應於接獲評決通知之翌日起 60 日內與主辦機關完成議約。附帶決議：主辦機關將於議約期限前 15 日召開甄審委員會，就本案最優申請人依甄審委員會於甄審程序中提出之意見修改投資計畫書之建築興建計畫及創投機制進行審議。

(四)對次優申請人之附帶決議暫不討論。

十、臨時動議之案由及決議：無。

十一、其他應行記載之事項：無。

十二、散會(下午 7 時 20 分)

「辦理民間參與投資松山菸廠文化園區興建營運移轉
(BOT)計畫案」甄審委員會第5次會議紀錄

一、會議時間：民國97年11月27日(星期四)下午1時0分整

二、會議地點：臺北市都市計畫委員會會議室(市政大樓8樓西南區)

三、主席：林委員建元(召集人)

四、出席委員：

李委員永萍(副召集人)

劉委員維公

潘委員冀

李委員仁芳(請假)

郭委員瓊瑩

陳委員冠甫

馮委員正民(請假)

梁委員永興(請假)

何委員依栖

許委員阿雪

李委員乾朗(請假)

洪委員滄浪

張委員光民

劉委員佳鈞(請假)

五、列席人員：

鄭聘用企劃師易丹(請假)

賴組員柏菁(請假)

蔡專員宗峯

涂專員靜妮

劉技正瑞麟(請假)

黃科長珞寧(請假)

陳正工程司慧珍

張專員政忠

寰贏法律事務所

陳法務俐宇

臺北市政府文化局

鄧科長文宗、劉技正得堅、李股長威蒂

潘玉芳、鄭正誠、余雋江、林絮霏

最優申請人：富邦建設股份有限公司

劉國治、李震華、伊東豐雄(Toyo Ito)、薛昭信、吳清友、泉洋子、
方薇雅、矢部林太郎、佐野健太、張瑞娟、陳毓美、林宜達、李
維珊、金玉瑩、王永茂、黃時中、高寬甯、章倩儀、李智祥、歐
正容、謝淑卿

六、記錄人員：潘玉芳

七、主席致詞：(略)

八、報告事項：

案由：本案議約階段執行情形報告。

說明：(一)議約作業說明

97.10.09(五) 甄審結果通知

97.10.15(二) 最優申請人收悉評決通知翌日起算第 1 天

97.11.27(四) 甄審委員會第 5 次會議

97.12.12(五) 預計議約作業完成目標日

97.12.13(六) 最優申請人收悉評決通知翌日起算第 60 天

(二) 議約階段執行情形

97.10.20(一) 議約起始會議

97.10.27(一) 第 1 場議約會議第 1 次會前會(核心議題)

97.11.03(一) 第 1 場議約會議第 2 次會前會(核心議題+議約項目及內容)

97.11.03(一) 議約作業第 1 次工作會議(議約項目及內容)

97.11.04(二) 議約作業第 2 次工作會議(議約項目及內容)

97.11.07(四) 議約作業第 3 次工作會議(議約項目及內容)

97.11.10(一) 第 1 場議約會議第 3 次會前會(核心議題+議約項目及內容)

97.11.13(四) 議約作業第 4 次工作會議(議約項目及內容)

97.11.17(一) 第 1 場議約會議(核心議題+議約項目及內容)

97.11.18(二) 議約作業第 5 次工作會議(議約項目及內容)

97.11.20(四) 議約作業第 6 次工作會議(議約項目及內容)

97.11.24(一) 第 2 場議約會議第 1 次會前會(核心議題+議約項目及內容)

97.11.26(三) 議約作業第 7 次工作會議(議約項目及內容)

97.11.27(四) 甄審委員會第 5 次會議

97.12.01(一) 第 2 場議約會議(暫定)

最優申請人(富邦建設股份有限公司)提出擬議約項目計 96 項，歷經

11 次會議：達成初步共識：75 項(修訂 35 項、維持原條文 40 項) 78 %

提 12/1 會議確認：21 項 22 %

決定：同意備查。

九、討論事項：

案由一：最優申請人之建築興建計畫審議。

說明：本次會議依據 97 年 9 月 25 日甄審委員會第 4 次會議附帶決議辦理。
就最優申請人依甄審委員會於甄審程序中提出之意見修改投資計畫書
之建築興建計畫進行審議。

為充分讓委員瞭解本案建築興建計畫規劃情形，本案最優申請人責由
協力廠商國際知名建築師伊東豐雄向委員簡報：(略)。

決議：

(一)於本次會議中與最優申請人富邦建設股份有限公司確認本案委託伊東豐雄建築設計事務所進行設計及設計監理等工作，符合投資計畫書所載內容。

(二)本案後續須依規定送本市都市設計審議委員會審議，本次會議之審查意見提供最優申請人參考。

- 1.將商場、辦公及旅館整合為一幢建物，確有其優點；但因量體不小(170 餘米長、60 餘米高)，對整體環境之衝擊可觀，在基地北面形成一堵高牆，天際線之變化也太有限，似乎可再設法改善。
- 2.北面車輛進出，交通問題需有更詳細之評估；西面垂直綠牆構想不錯，需再發展以呈現合理之尺度與層次；北面立面對環境及週遭似可再友善些。
- 3.建築設計將綠屋頂、綠牆、綠地等多層次之綠網帶入室內與室外較 Proposal 期更純熟，建築之 Curve 也許在西側綠牆漸入東南面側可再多變化與綠。面對市民大道之立面在公共景觀上亦很重要，如何處理？可再細緻發展成可 Create NW Angle 之綠牆。
- 4.Plaza 與 Lotus Pond 之串連是本案之核心，可再提供多層次之活動利用。Roof Garden 之七星山棚架造型可再細緻些(有關與七星山之 Ridge Line)。Plaza 1F 到 2F 是否可有 Ramp 由外直接入 2F Bookshop 之廊道。
- 5.東南側之 view 面對 Lotus Pond，3F Roof Garden 之 EL 最好能調高到可看到松菸巴洛克中庭。Hotel 露台之植栽與 1F 之花廊設計應可再融入立面，成為 Vertical Garden Resort。
- 6.建築主體將是未來臺北市的新地標，宜考慮建物夜間照明，使該建物成為臺北市文化創意的發光量體。新舊建物間以廣場作為對話的空間是不錯的想法，尤其地面層介面之處理相當重要，期使新建物融入既有空間。

- 7.建築物的配置、建築外觀線條平實，可與松菸工廠之外觀呼應，大量綠帶觀念是正確的可以減少水泥牆面的突兀，也可以延伸園區的綠化空間。
- 8.牆面及屋頂綠化植栽部份，須考慮臺灣的天候條件(包括風壓等)及日後之維護。
- 9.以使用者視野及與周邊景觀考量，除目前一樓、二樓是比較開放給大眾之外，三樓是否可開放部分予大眾使用。
- 10.文創工作室之單元面積似略大，未來恐不易管理，宜再酌。
- 11.投資計畫書中所載空間機能規劃：大型多功能展演中心(預估 700 坪)、視聽表演廳(預估 300 坪)、會議中心(預估 300 坪)、當代藝術館(預估 500 坪)等，請併入細部規劃時檢討。

案由二、最優申請人之創投機制審議。

說明：本次會議依據 97 年 9 月 25 日甄審委員會第 4 次會議附帶決議辦理。
就最優申請人依甄審委員會於甄審程序中提出之意見修改投資計畫書之創投機制進行審議。
最優申請人簡報：(略)。

決議：

(一)最優申請人富邦建設股份有限公司提出之創投機制運作，主要著重在「創意產業輔導基金會」性質，經徵詢本甄審委員會之委員意見，計有三分之二以上之委員認為應符合本甄審委員會第 4 次會議「平台功能強化創投機制(至少一定規模以上)」之決議。

1.本案透過成立常態性之專責機構「文創基金會」，專心發展與執行創投機制。

2.本案開始營運第 1 年，捐助新台幣 500 萬元設立文創基金會；日後續於營運期間，每年挹助基金會(於各該年度提撥定額或稅前所得額一定比例，以不少於新台幣 500 萬元為原則)。

3.平台功能強化：建立管理與應用辦法、建立授權與經濟模式、建立審議與評鑑機制。

(二)本案創投機制應併入投資執行計畫書，本次會議之審查意見提供最優申請人參考。

- 1.關於創投機制以基金會的規劃方式比較保守，臺灣的創意經濟需要更積極的作為，建議採取階段發展的作法，短期之內先用基金會，之後積極提出創投作為。
- 2.創投機制如果採經費補助或補貼性質，效益比較有限，建議將觀念性質的概念，以更深入、更活化的作法，如：基金來路、長遠功能、運作模式等，更進一步加深、加廣。
- 3.創投機制運作宜增加未來性，加強與國外相關經營模式、組織、平臺之交流與實際合作，並落實於後續執行計畫書。

十、臨時動議之案由及決議：無。

十一、其他應行記載之事項：無。

十二、散會(下午 3 時 40 分)



松山區土地評估 (僅供參考)

一、房屋銷售總價估計

1. 土地面積 : $12,000 \text{ m}^2 = 3,630 \text{ 坪}$
2. 可建容積 : $60,000 \text{ m}^2 \Rightarrow$ 即 500%
3. 容積面積 : $3,630 \text{ 坪} \times 500\% = 18,150 \text{ 坪}$
4. 可銷售面積(含陽台、各層及屋頂地下室公設等為容積面積 $\times 1.6$ 倍)
 $18150 \text{ 坪} \times 1.6 = 29,040 \text{ 坪}$
5. 可銷售車位
地下室 : $3,630 \text{ 坪} \times 70\%$ (開挖率) $\times 5 \text{ 層} = 12,705 \text{ 坪}$
 $12705 \div 16 \text{ 坪/車} = 794 \text{ 車位}$

6. 房屋估值(自有土地、自己出資興建後之房屋車位總值)

1) 房屋每坪單價

民國 100 年當地住宅行情每坪約 100 萬(以預計買入土地後 3-4 年之行情估計)，本案部分使用區分為商場及辦公室，辦公室單價較住宅低但因考量商場單價較住宅高，因此平均單價以 100 萬/坪(近似住宅單價)估計。

2) 車位單價

200 萬/位車

3) 房屋及車位估計總價

房屋	$29,040 \text{ 坪} \times 100 \text{ 萬/坪} =$	290.4 億
車位值	$794 \text{ 位} \times 200 \text{ 萬/位車} =$	15.88 億
合計		306.28 億元

二、 建造成本估計

1. 造價成本

- 1) 虛坪(含陽台等)造價每坪 20 萬.
- 2) $(29,040 \text{ 坪} + 12,705 \text{ 坪}) \times 20 \text{ 萬/坪} = 834,900 \text{ 萬元}$
3. 設計 = $834,900 \times 1.5\% = 12,500 \text{ 萬}$
3. 廣告銷售 = $3,062,800 \times 5\% = 153,140 \text{ 萬}$
4. 營建利息 = $834,900 \times 50\%$ (融資比例) $\times 3\%$ 利率 $\times 4 \text{ 年} \times 1/2 = 25,000 \text{ 萬}$
5. 其他費用(造價 5%) = $834,900 \times 5\% = 41,745 \text{ 萬}$
6. 造價總成本 $1+2+3+4+5 = 106.72 \text{ 億}$
7. 利潤 25% = 26.68 億

三、土地價值估計

1. 出資興建者分配成本加利潤 = $(106.72 + 26.68) = 133.4$ 億

2. 出資興建者比例 $133.4 \div 306.28 = 43.55\%$

3. 地主分配 56.45% ($1 - 43.55\%$)

4. 地主分配之價值

$$306.28 \times 56.45\% = 172.89 \text{ 億}$$

5. 土地每坪單價

$$1,728,900 \text{ 萬元} \div 3,630 \text{ 坪} = 476.3 \text{ 萬元/坪}$$

6. 結論

土地每坪單價約在 400 萬-500 萬之間，總價約為 145 億至 181 億之間。

伍、財務可行性分析

為引進民間充沛資金及借助民間之經營效率於辦理「文化創意產業資源基地」之設置，財務應具可行性，分析說明如下：

一、財務效益摘要

財務可行性評估摘要表

項目	說明
一、自償率(SLR)	1.45
二、計畫與股東投資效益分析	
淨現值(NPV)	計畫 NPV=9.5 億元 權益 NPV=1.9 億元
內部報酬率(IRR)	計畫 IRR=9% 權益 IRR=12%
獲利率指數(PI)	計畫 PI=1.46 權益 PI=1.21
回收年限(PB)	計畫 PB=15 年 權益 PB=15 年
三、融資可行性	
分年債務保障倍數(DSCR)	1.50~2.00
分年利息保障倍數(TIE)	2.90~41.90

二、基本假設與參數設定

基本假設與參數設定表

基本假設與參數	說明
一、評估年期規劃	
評估年期	50 年。整個計畫案的時程起於 2008 年至 2057 年，期間包含興建期 3 年及營運期 47 年。
興建評估年期	3 年。興建開始於 2008 年與結束年度 2010 年。
營運評估年期	營運開始於 2011 年與結束的年度 2057 年。
現值基期	計算淨現值的基準年度為 2007 年底（或 2008 年初）。
二、通貨膨脹率	2%。依據行政院經濟建設委員會「新世紀國家建設計畫」經濟建設指標預估民國 90 年至 100 年之消費者物價上漲率。

三、稅率	營利事業所得稅 25%。營運期（2011 年起算）前五年免稅。
四、資金規劃	
權益資金比例	40%。權益資金依開發期資金需求分年到位。計 2008 年占總權益資金之 46.67%，2009 年占 26.65%，2010 年占 26.68%。
股東權益報酬率	10%。
負債比例	60%。負債資金依開發期資金需求分年到位。計 2008 年占總負債資金之 46.67%，2009 年占 26.65%，2010 年占 26.68%。
貸款利率	5%，依目前中長期利率為基準。
寬限期	2 年。
本金還款期	15 年，期間為 2011 年至 2025 年。
貸款本息償付方式	每年固定償還本利和。
五、折現率	計畫現金流量評估採稅後 WACC6.25%折現， $WACC = 60\% \times 5\% \times (1 - 25\%) + 40\% \times 10\% = 6.25\%$ 權益現金流量採股東權益報酬率 10%折現。
六、折舊規劃	
折舊方式	(1). 建築維護成本： 前15年以每年750元/m ² （約2,500元/坪）計列，第16年起以每年1,200元/m ² （約4,000元/坪）計列。 (2). 停車場維護成本： 前15年以每年150元/m ² （約500元/坪）計列 第16年起以每年240元/m ² （約800元/坪）計列 (3). 園區(廣場)維護成本： 前15年以每年150元/m ² （約500元/坪）計列 第16年起以每年240元/m ² （約800元/坪）計列 (4). 園區(非廣場)維護成本： 以每年 75 元/m ² （約 250 元/坪）計列
七、促參法其他優惠	1. 地價稅、房屋稅減免 根據促參法第三十九條規定：參與重大公共建設之民間機構在興建或營運期間，供直接使用之不動產應課征之地價稅、房屋稅及取得時應課徵之契稅，得與適當減免。本案於營運期起五年內減徵房屋稅 50%計算。 2. 免納營利事業所得稅 根據促參法第三十六條規定：民間機構得自所參與重大公共建設開始營運後有課稅所得之年度起，最常以五年為限，免納營利事業所得稅。本案以五年免納營利事業所得稅為評估基準。 3. 其他協助 (1). 提供貸款協助：視本案資金融通之必要，主辦機關得依法協助洽請金融機構或特種基金給予民間機構貸款。 (2). 提供租稅優惠協助：民間機構依促參法及其相關子法規定，向財政部或稅捐稽徵機關申請租稅優惠時，主辦機關得依法提供必要且合理之證明與協助。

三、規劃與興建期之成本

規劃與興建期之成本項目表

項目	說明
總計	21.24 億元
設計階段作業費用	前置作業費、開辦費及其他：約1.65億元 以建築工程（含拆除、新建）費用之10% 計列。 $(3,712,000\text{元} + 1,650,000,000\text{元}) \times 10\% = 165,371,200$
用地取得及拆遷補償費	約0.04億 6-15號倉庫目前總樓地板面積18,560m ² $18,560\text{m}^2 \times 200\text{元/m}^2$ （含拆除、運棄等）= 3,712,000 元
工程建造費	約18.71億元 1. 資源基地新建：約16.5億 新建樓地板面積42,000m ² +停車空間面積12,800m ² +回饋空間樓地板面積200m ² =55,000m ² $55,000\text{m}^2 \times 30,000\text{元/m}^2$ （含建築、內裝、設備等）= 1,650,000,000 元 2. 人事費：約0.21億元 興建期(3年)10人、平均每人每年薪資為70萬計列。 $3\text{年} \times 10\text{人} \times 700,000\text{元/人} \times \text{通貨膨脹率}2\% = 21,422,800\text{元}$ 3. 水電、清潔及雜支：約1.01億元 以資源基地新建工程費之2% 計列。 $3\text{年} \times 1,650,000,000\text{元} \times 2\% \times \text{通貨膨脹率}2\% = 100,993,200$ 4. 土地租金：約0.99億元 土地租金以公告地價之5%。 $3\text{年} \times 55,175\text{元/m}^2 \times 12,000\text{m}^2 \times 5\% = 99,315,000\text{元}$
建設期間利息成本	約 0.84 億元。以中長期貸款利率 5%計息。

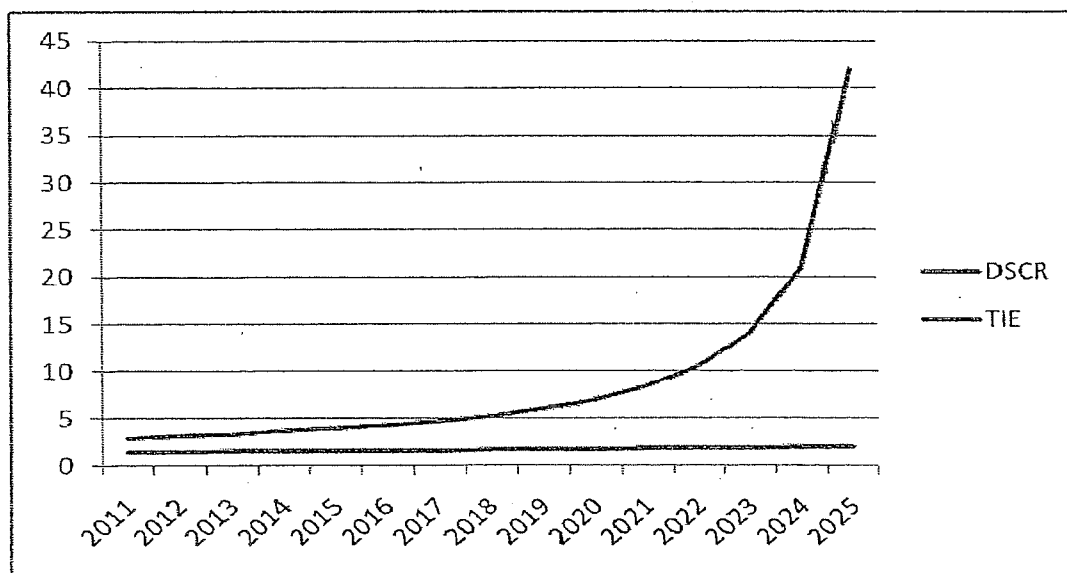
四、資金籌措、成本及還款計畫

資金籌措與成本表

資金來源	稅後資金成本 (a) %	資金額度 (b) NT\$	佔資金總額比例 (c = b / 總資金) %	加權資金成本 (d = axc) %
權益資金	10%	9.36 億元	40%	4%
舉債	3.75%	14.04 億元	60%	2.25%
稅後 WACC 合計=6.25%				

貸款攤銷表

年度	每期攤還金額	利息費用	年度本金償還	累積負債餘額
2008				655,312,920
2009	32,765,646	32,765,646		1,029,655,920
2010	51,482,796	51,482,796		1,404,488,520
2011	135,311,637	70,224,426	65,087,210	1,339,401,309
2012	135,311,637	66,970,065	68,341,571	1,271,059,738
2013	135,311,637	63,552,986	71,758,650	1,199,301,088
2014	135,311,637	59,965,054	75,346,582	1,123,954,505
2015	135,311,637	56,197,725	79,113,911	1,044,840,593
2016	135,311,637	52,242,029	83,069,607	961,770,986
2017	135,311,637	48,088,549	87,223,087	874,547,898
2018	135,311,637	43,727,394	91,584,242	782,963,656
2019	135,311,637	39,148,182	96,163,454	686,800,202
2020	135,311,637	34,340,010	100,971,626	585,828,575
2021	135,311,637	29,291,428	106,020,208	479,808,367
2022	135,311,637	23,990,418	111,321,218	368,487,148
2023	135,311,637	18,424,357	116,887,279	251,599,869
2024	135,311,637	12,579,993	122,731,643	128,868,225
2025	135,311,637	6,443,411	128,868,225	0



分年DSCR及TIE曲線圖

五、營運期之成本與收益計畫

營運期之成本與收益項目表

項目	說明
1. 營運期成本	
經營權利金	按營運期總營運收入之 0.5%計收。
營運成本	(1). 人事費：30人、平均每人每年薪資為65萬、假設每年以通貨膨脹率2%成長。 (2). 行政管理費：人事費用之15%，假設每年以通貨膨脹率2%成長。 (3). 行銷廣告費：行政管理費之150%，假設每年以通貨膨脹率2%成長。 (4). 保險費：資源基地新建工程0.3%，假設每年以通貨膨脹率2%成長。 (5). 水電、清潔及雜支：營收2.5%，假設每年以通貨膨脹率2%成長。 (6). 土地租金：占公告地價5%，並假設公告地價每三年成長3%計算。 (7). 房屋稅15,000元，並以每年折舊1%，再乘以路線價140%計算。
2. 營運期收入	以出租率 80%計算。
營運收入	(1). 文化創意產業核心區：占總出租面積之40%，共16,800m ² ，每月每平方公尺租金569元計算，年收入約為0.92億元。 (2). 一般文化創意產業區及周邊資源區：占總出租面積之40%，共16,800m ² ，每月每平方公尺租金711元計算，年收入約為1.15億元。
附屬事業收入	(1). 附屬事業區：占總出租面積之20%，共8,400m ² 。為確保本案公共建設目標，文化創意產業核心區租金不得高於一般文化創意產業區及周邊資源區租金之80%。每月每平方公尺租金995元計算，年收入約為0.8億元。 (2). 停車場使用費年收入 停車空間以汽車400台、機車800台計列 汽車50元/時×16時/天×30天×80%×400車位×12月=0.74億元 機車20元/次×2次/天×30天×80%×800車位×12月=0.07億元 (3). 園區場地使用費收入： 年收入估算基礎為：每日租金 40,000 元×150 日/年=0.06 億元

六、權利金設定

權利金設定條件表

項目	說明
一、開發權利金設定	
地上權年限	50 年
開發權利金	15 億元
權利金收取方式	分兩期收付。2008 年一次收取 3 億元，其餘於 2011 年至 2025 年每年計收 0.8 億元，共 12 億元。
二、經營權利金設定	
經營權利金收取方式	按營運期總營運收入之 0.5%計收。

七、現金流量分析（詳附表）

八、風險及敏感性分析

敏感性分析表

重要參數		財務評估指標					
		SLR (倍)	權益 NPV (千元)	權益 IRR (%)	權益 PI (倍)	DSCR (倍)	TIE (倍)
貸款利率	增加 2%	1.24	101,171	11%	1.11	1.32-1.75	2.07-26.76
	5%	1.45	189,662	12%	1.21	1.50-2.00	2.90-41.90
	減少 2%	1.74	274,819	13%	1.32	1.73-2.29	4.83-78.78
出租率	增加 5%	1.60	335,141	13%	1.40	1.67-2.20	3.21-46.19
	80%	1.45	189,662	12%	1.21	1.50-2.00	2.90-41.90
	減少 5%	1.32	24,184	11%	1.03	1.34-1.79	2.58-37.61

九、綜合評估

在本局權利金收取與開發營運定位等目標下，加上投資支出、營運成本與收益、折舊、負債結構與融資成本等條件假設下，分別估算以政府與民間參與投資的角度下之投資效益可行性指標，包括自償率(SLR>1)、淨現值(NPV>0)、內部報酬率(IRR>10%)、獲利率指數(PI>1)等，以及融資可行性指標，包括分年債務保障倍數(DSCR>1)、分年利息保障倍數(TIE>1)等，初步的財務面評估皆為可行，並具有民間投資之吸引力。

誠品生活松菸店 各樓層品牌資料表

樓層	編號	廠商名稱	經營品牌	簽約面積(坪)	營業內容	合約期	符合文化創意產業發展法類別	符合臺灣原產品牌原因	符合臺灣原產品牌定義(可複選)
B2F	1	好禮商行有限公司	好禮	57.4	袋類	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化類組	台灣設計團隊打越的创新思维的系列餐包。	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	2	吳寶春食品有限公司	吳寶春麥方店	100.0	烘焙	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化類組	「世界麵包大師」吳寶春師傅以「有知識的麵包店」為願，打越的全新麵包概念店。	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	3	高記食品有限公司	高記	95.6	袋類	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化類組	選用台灣在地食材結合祖傳江浙手藝，帶到台北市的江浙氣風。	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	4	和永興業股份有限公司	和永興龍蝦	37.8	袋類	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化類組	選用台灣新鮮食材，並扶植台灣弱勢家庭青年就業。	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	5	國方創新股份有限公司	珠羊正店	51.9	袋類	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化類組	台灣設計師選取中國養生飲食文化，打造禮物料理。	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	6	義豐食品股份有限公司	FortuneCafé	15.8	禮盒	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化類組	illycaffé台灣總代理義豐食品打越的咖啡生活概念館。	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☐ 創意(設計、概念發想等)
	7	食藝萊有限公司	食藝萊專業麵線	11.4	小吃	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化類組	選用台灣在地食材，由隨道小攤發展成的實地台灣味。	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☐ 創意(設計、概念發想等)
	8	台灣銘物企業股份有限公司	黑面聚	15.4	小吃	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化類組	以創新台灣傳統飲料及小吃為出發點，保留著台灣舊時風味及饕餮的人情味。	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	9	台灣比華多登股份有限公司 便登坊松菸分公司	便登坊YOUS	6.1	麵食	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化類組	台灣人創立並打越創新版格料理。	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	10	貝拉提食品有限公司	貝拉提貝果	3.1	麵食	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化類組	台灣自製貝果	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)

(B2F 1F 1F)

11	金川企業社	鼎太郎今川	3.1	麵食	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	台灣品牌・結合台灣本土食材的麵食	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
12	裕隆紡 股份有限公司	饒國坊小酒館	23.5	麵食	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	台灣設計師自創義大利麵坊・	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
13	埃瑪夏 有限公司	巧克力威克巧克力專賣店	17.9	午茶	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	台灣人創立收索各種巧克力及成立第一家巧克力專賣店。	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
14	亞卡威司可倫 有限公司	akuma caca	20.3	午茶	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	台灣設計師延續環保設計・創立人文概念咖啡店。	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
15	元豐企業 有限公司	小麥人雜式冰淇淋專賣店	5.3	麵食	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	台灣創辦人運用本土農物・研發特色冰淇淋。	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
16	中慈食品 股份有限公司	于記者仁豆腐	5.3	麵食	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	台灣品牌・發展杏仁養生食品。	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
17	慶和日麗好生活 有限公司	Pinknic野餐吧	18.2	午茶	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	台灣品牌・以在地食材自製餐點・果醬・並搭配在地手做發具・開創新三溫暖客棧。	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
18	天仁茶業 股份有限公司	天仁茗茶	5.2	小吃	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	延續傳統茶飲・加入新鮮果物調和・創新台灣茶飲品牌。	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
19	廣慈製菓 有限公司	Tan&Ciao Afternoon Tea	6.5	午茶	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	台灣品牌・新鮮・安心食材・在地創作的蛋糕・餅乾及麵食	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
20	果聚有限公司	果聚鮮果概念店	10.0	午茶	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	台灣品牌・新鮮創意果汁及水果・麵食	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
21	龍昇興 有限公司	龍騰蔬食	1.0	伴手禮	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	台灣品牌・台灣本土的鮑魚禮盒、XO醬、海味醬、麻糬、臭豆腐...等禮盒。	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)

B2F	22	宇安食品有限公司	宇記食品	1.0	伴手禮	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	台灣品牌・嚴選各式台灣肉鬆・肉乾・	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	23	荷旺企業有限公司	荷旺大眼蝦	1.0	伴手禮	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	台灣品牌・台灣自製蝦餅	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
		A專櫃淨數		512.7					
		B其他(包含公共區域)		935.0					
		A+B總計面積		1,447.7					

樓層	編號	廠商名稱	經營品牌	簽約面積(坪)	營業內容	合約期	符合文化創意產業類別	符合臺灣原產品牌原因	
1F	1	現豐國際有限公司	UN SHIAO TUNG 林樹同	9.7	飾品	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	國內知名設計師林樹同	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	2	約拿設計有限公司	GALOOP	19.0	服飾、配件	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	工藝產業、 創意生活產業、 工藝文化體驗	台灣台商品牌設計之商品	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	3	誠品生活股份有限公司	AXES	39.1	服飾、配件	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	誠品自製(新銳設計師服飾、配件)	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	4	愛泰生活商發股份有限公司	MOT	22.3	家飾	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	工藝產業、 創意生活產業、 流行時尚體驗	結合台灣設計師聯發設計之商品	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☐ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	5	伊索國際有限公司	Isabelle Wen	31.5	服飾、配件	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	台灣知名設計師溫麗珠(公司負責人及設計師)	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	6	蔡天爵發有限公司	whiple Lib	39.0	服飾、餐飲	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業、 飲食文化體驗	台灣人創立並集結在地食材餐飲	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	7	香港商生生股份有限公司 股份有限公司台灣分公司	HAUS COLLECTION (設計師)	14.6	家飾	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	工藝產業、 創意生活產業、 工藝文化體驗	台灣設計師聯發商品並得到諸多國際獎項	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☐ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	8	全聯零售有限公司	DOUCHANGLEE	15.5	服飾	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	台灣知名設計師_黃麗琪及陳幸玉(設計師及公司負責人)	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	9	季旺服飾股份有限公司	JAMIE CHEN	34.3	服飾	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	知名設計師陳季旺(公司負責人及設計師)	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	10	棋食文化股份有限公司	Café SHOWROOM	32.7	餐飲、藝術	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業、 特定文物體驗	台灣人創立並提供舒適空間給藝術家居服務	☒ 出貨(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)

11	吉達而活訓有限公司 台灣分公司	kapok	19.1	設計師	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	國內外新銳、獨特且獨創的設計師品牌・經濟台灣設計師品牌・配件・	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☐ 素材(食材、物料等) ☐ 創意(設計、概念發想等)
12	新光紡織股份有限公司	ARTIFACTS	35.2	服飾、配件、生活雜貨	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	獨家代理台灣設計師品牌・Wisdom商品	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
13	瑞隆國際股份有限公司	10/10 HOPE	8.7	香氛、餐飲	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業・生活教育雜貨	與台灣香藝品牌Serene House聯合	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
14	可恩迪旅行社有限公司	初衣食牛	17.6	服飾、配件、生活雜貨	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	獨家代理台灣設計師CC KUO・Shao Yen商品	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
15	自設設計有限公司	eye candle	3.3	香氛燭燭	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業・生活教育雜貨	台灣設計香氣燭燭品牌	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
16	普安有限公司	KRUZIN	3.5	設計鞋款	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	台灣人而明線創立於紐約・與世界各藝術家合作	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
17	羅歐爾實業有限公司	HERLOOM	4.7	皮件包款	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	台灣新銳設計師品牌如雲(出資+設計師)	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☐ 素材(食材、物料等) ☐ 創意(設計、概念發想等)
18	英系輪股份有限公司	INDIEROOM	5.7	服飾	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	台灣設計團隊創立服飾品牌・香水	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
19	引就美勞股份有限公司	Kotipesa	5.8	服飾	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	台灣新銳服裝設計師・廣告事務所創立品牌	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
20	瑞方國際股份有限公司	EDN	3.1	保養品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業・生活教育雜貨	台灣本土生活產業	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
21	凡可利德亞仲工作型	echo	2.7	設計鞋款	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	台灣設計師品牌	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)

22	第一奇才 有限公司	JH Julie Huang	2.2	飾品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	台灣設計師Julie Huang 黃莉娟品牌	☒ 出資(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
23	麥威國際 有限公司	MESWE	3.1	指甲油	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 流行時尚週邊	台灣獨家研發可卸式光療指甲油	☒ 出資(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
24	香港瑪麗有限公司 台灣分公司	FAUX PAS	2.7	鞋	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	代理FAUX PAS潮流設計素素鞋	☒ 出資(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
25	瑪比達形象國際 有限公司	viina	3.6	設計鞋款	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	台灣設計鞋類品牌	☒ 出資(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
26	百慶設計 有限公司	RAWPIECE	3.5	皮件包款	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	台灣工廠概念皮件品牌	☒ 出資(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
27	卡亞國際企業 有限公司	GAYA	3.7	皮件包款	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	台灣新銳設計師張芳毓(公司負責人+設計師)	☒ 出資(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
28	東方國際 股份有限公司	L'HERBOFLORE 碧綠	4.8	保養品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 流行時尚週邊	台灣人創立並將生技產業創融入商品成為特色	☒ 出資(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
29	多我服裝 有限公司	Dleet	18.2	服飾	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	台灣新銳服裝設計師_李浩 所創立品牌	☒ 出資(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
30	魯斯依真	RUSKASA	14.0	家具裝飾	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 工藝文化週邊	越南台灣代客性木製傢俱設計師品牌，台灣仁應在地自製。	☒ 出資(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
31	阿瓦有限公司	alto	1.8	3C配件	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 工藝文化週邊	從義大利留學歸國的台灣人劉通宏 & 張光輝，所成立的皮件品牌	☒ 出資(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
32	爾安光學 股份有限公司	LOOKA	2.8	眼鏡	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	銷售加冠3.1 philip Lim林熾平，台灣之光吳華聰設計師眼鏡。	☒ 出資(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)

33	西村文化創意事業有限公司	WEST VILLAGE	2.7	設計包款	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	台灣設計師 張衛立・設計帆布拼皮件包款	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
34	立佰實業股份有限公司	ZOOM	1.8	手錶	☒ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	新銳設計師張麗晶・於2015年榮獲「IF設計大獎」肯定。	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☐ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
35	西樺園股份有限公司	OLIVIA YAO	1.5	飾品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	台灣設計師 施紹雲・創始珠寶	☒ 出資(自創、代理等) ☐ 合作(商品、服務等) ☐ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
36	葉家洋	悅果手錶	1.9	花籃	☒ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業・ 工藝文化體驗	乾燥花藝手作商品及課程 葉家洋・林阿輝 品牌創立人	☒ 出資(自創、代理等) ☐ 合作(商品、服務等) ☐ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
37	聚依那創意設計股份有限公司	I-SHAN13*Minifeast	1.9	飾品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	台灣設計師葉佳珊・張麗晶聯名品牌	☒ 出資(自創、代理等) ☐ 合作(商品、服務等) ☐ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	A 粵語呼數		437.3					
	B 其他(包含公共區域)		780.8					
	A+B 總計面積		1,218.1					

序號	編號	廠商名稱	經營品牌	簽約面積(坪)	營業內容	合約期限	符合文化創意產業的類別	符合臺灣原產品牌原因	
	1	真真昌有限公司	KIKI THAI	87.3	餐館	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☒ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	台灣人創立之品牌，選用台灣食材	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	2	四一室內裝修有限公司	四一玩作	13.0	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	工藝產業	台灣設計師設計，記錄情感の木製互動家具	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	3	新加坡廣源柚木屋有限公司台灣分公司	原柚本屋	10.5	禮品	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☒ 3~5年	設計品牌時尚產業	進口設計師柚木家具搭配本地設計師傢俱、配件。	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	4	在路上工業股份有限公司	在路上海	22.2	禮品	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☒ 3~5年	創意生活產業: 工藝文化體驗	台灣設計師設計 「RH+O」台灣第一個專注研發城市型連的自行車品牌 「META」台灣燈具產業，當「傳統黑手精神」遇上「文化創意產業」的創新經營	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	5	隆慶亞細亞向日國際股份有限公司台灣分公司	李吉他	12.5	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	流行音樂及文化內容產業	李吉他創立之品牌	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	6	智能創造系統股份有限公司	Gogoro	12.5	電動車	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	台灣自行開發智慧電動機車與換電系統	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	7	阿原工作室有限公司	阿原	13.0	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 生活教育體驗	最具代表性的台灣青瓷類手作老商品/限研商品	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	8	深立興業有限公司	Li Ho 禮好	12.3	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	台灣設計師設計之商品	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	9	好好創意生活股份有限公司	壹草廬子	9.8	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	台中茶衣草茶林創立壹草品牌	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	10	千蓮豐設計有限公司	ichihan	7.8	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	台灣設計師設計之商品	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)

11	型雨有限公司	齊石	11.1	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	設計品牌時尚產業	結合台灣設計師商品展區	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
12	台島企業股份有限公司	nest出家庭	10.9	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	設計品牌時尚產業	以華人文化為基石，將歷經時代考驗的日用用品，融入現代機能與設計兩性	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
13	徐氏父女創想設計有限公司	Hsu&Daughter	6.8	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	設計品牌時尚產業	手工皮件品牌與現場皮件製作教學	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
14	藍庭設計有限公司	西庭	6.8	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	設計品牌時尚產業	台灣設計公司，成立於台北北中區，自行設計、販售服飾、帆布包等	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
15	藍庭設計有限公司	The Escape Artist	14.2	課程	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	創意生活產業: 生活教育體驗、工藝文化體驗	台灣原創設計 全台灣第一個提供共享自由插畫色彩的繪畫空間	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
16	台灣設計研有限公司	台灣設計研	8.7	經驗	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	創意生活產業: 自然生態體驗	以台灣作為藍庭設計之商品化基地，結合台灣之優勢資源與日本母親之生態技術成立台灣設計研有限公司	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
17	亞洲音樂國際股份有限公司	亞洲音樂	8.9	音樂	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	流行音樂及文化內容產業	入選為台灣十大文化創意產業的惟一音樂代表，由臺灣一群創意和熱心中國音樂環境的音樂工作者所組成	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
18	廣益成國際有限公司	廣益成	11.6	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	設計品牌時尚產業	台灣版畫設計帆布包	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
19	藍庭設計有限公司	grion	3.0	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	設計品牌時尚產業	台灣設計、台灣製造之防水隨身包與服飾配件	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
20	藍庭設計有限公司	夕遊	11.2	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	創意生活產業: 自然生態體驗	台南：全台灣一經發售即場的國產	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
21	福源好創意有限公司	FOUFOU	8.2	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	設計品牌時尚產業	台灣設計師聯設計(源自於台灣「土地」的語言)第一場可以以國產的創意鞋子們在出遊、發售、長大的品牌，公司負責人洪世傑為品牌主要設計師	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)

22	一起好商行	0416X1024	9.2	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	設計品牌時尚產業	台灣設計師群設計台灣創作賽0416及木衣杉，並於2012年榮獲SDA 台灣設計BEST100-最佳設計團隊	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
23	知音文創產業股份有限公司	續	10.9	課程	☒ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	創意生活產業: 工藝文化體驗	台灣人民改良之十字繡課程	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
24	安喬欣業有限公司	25TOGO WAVE	11.4	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	設計品牌時尚產業	台灣設計師群設計之商品	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
25	派源工作室	PO_I	10.4	服飾	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	創意生活產業: 流行時尚體驗、工藝文化體驗	台灣留職農	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
26	騰昇茶莊有限公司	騰昇茶莊CAFÉ	16.8	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	創意生活產業: 工藝文化體驗	台灣人創辦，提供客製化服務之手工藝茶盒	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
27	二四設計有限公司	二四手作雜貨設計	5.0	課程	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	創意生活產業: 生活教育體驗、工藝文化體驗	以手作及原創的理念將一些日用品設計成極具設計產品	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
28	齊久設計有限公司	泰山金工	16.6	課程	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	工藝產業	創辦人劉冠宇於年紀最輕時獲得全國工藝獎的肯定，創下全國年紀最輕得獎的紀錄。	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
29	木匠兄妹科技有限公司	木匠兄弟	20.0	課程	☒ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	工藝產業: 創意生活產業: 工藝文化體驗	成立於台中西區的木製玩具、木製傢俱品牌。	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
30	五行創設計有限公司	五行創設	23.0	課程	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	工藝產業	淡水陶藝師並任推廣及販售陶製商品	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
31	听雨有限公司	坤水品	23.0	課程	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	工藝產業	現場吹製琉璃瓶罐與琉璃工藝品販售	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
32	誠品股份有限公司	living project	86.6	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	設計品牌時尚產業	誠品自營	☒ 出貨(原創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)

33	威品生活股份有限公司	expo	86.6	禮品	NA(禮品生活品類)	設計品牌時尚產業	禮品生活品類	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
34	自然素材食品有限公司	安心味境	8.6	伴手禮	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	台灣:生產生機、天然、無負擔、兼具美味與養生於一體14之優質食品	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
35	亞諾爾食品有限公司	發揚阿諾爾	111.1	伴手禮	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	台灣中式糕點、伴手禮盒、中式茶飲	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
36	福來斯生食品有限公司	福來斯	6.0	伴手禮	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	台灣品牌、台灣自製生活用品及食品	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
37	海慈生食品股份有限公司	海慈生	4.0	伴手禮	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	淡水名產:蛋捲、魚酥、	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
38	金源和食品有限公司	快樂肉乾	6.3	伴手禮	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	台灣在地美味的豬肉脯店	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
39	台灣源味本節有限公司	豆油伯	5.0	伴手禮	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	屏東:堅持純釀造醬油、天然巧思的好味道	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
40	黑味瑪有限公司	黑味瑪	6.5	伴手禮	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	台中:嚴密研製包裝之傳統滷味	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
41	超能生科技股份有限公司 初鹿牧場	初鹿牧場	4.5	伴手禮	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	台東:奶製及乳產品保養品、手工藝品	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
42	博恩美好生物科技股份有限公司	博恩美好	4.4	伴手禮	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	雲林:健康相關產品	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
43	展翼商行	展翼果乾	2.0	伴手禮	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創意生活產業: 飲食文化體驗	台灣鮮果乾、堅果	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)

44	二四八展貿市集有限公司	248展貿市集	9.1	伴手禮	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創製生烹酒菜、 飲食文化體驗、生 烹廚具體驗	集結來自台灣南部小農之有機農產品	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
45	禾成企業社	金長利新港站	2.9	伴手禮	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創製生烹酒菜、 飲食文化體驗	嘉義百年老店	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
46	黃敬賢	招銀	1.9	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	工藝產業、 設計品牌時尚產業	從西門町出發，保留手作質感的台灣銀器品牌。	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
47	知博有限公司	知博自己	1.9	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	工藝產業、 設計品牌時尚產業	旅行收納、旅行配件、旅行舒眠、尋探地旅行小物。	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
48	創意原點貿易行	艾格瑞	1.9	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	工藝產業、 設計品牌時尚產業	台灣設計師商品，由創意思維體系、主力商品為項鍊、戒指等風格設計品。	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
49	秀裕工業股份有限公司	Prolia	4.0	禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	設計品牌時尚產業	台灣開發設計，並與各國時尚品牌合作兩章及配件。	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	A 專櫃坪數		701.9					
	B 其他(包含公共區域)		1,017.6					
	A+B 總計面積		1,719.5					

序號	編號	廠商名稱	超聲品牌	簽約面積(坪)	營業內容	合約期限	符合文化創意產業類別	符合臺灣原產品牌原因	
	1	木岸茶有限公司	港水堂	82.1	役區	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創想生活產業: 飲食文化體驗、生活教育體驗	1987年遷至把地方小吃周圍加入奶茶、發明珍珠奶茶	☐ 出資(自創、代理等) ☐ 合作(商品、服務等) ☐ 素材(食材、物料等) ☐ 創意(設計、概念發想等)
	2	長順茶業股份有限公司	長順名茶	12.5	茶葉、茶具	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創想生活產業: 飲食文化體驗、生活教育體驗	南投百年茶行	☐ 出資(自創、代理等) ☐ 合作(商品、服務等) ☐ 素材(食材、物料等) ☐ 創意(設計、概念發想等)
	3	台北大稻埕有記茶股份有限公司	有記名茶	14.7	茶葉、茶具	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創想生活產業: 飲食文化體驗、生活教育體驗	台北大稻埕百年茶廠	☐ 出資(自創、代理等) ☐ 合作(商品、服務等) ☐ 素材(食材、物料等) ☐ 創意(設計、概念發想等)
	4	淡江有記茶文化會館有限公司	淡江有記	22.2	茶葉、茶具	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創想生活產業: 飲食文化體驗、生活教育體驗	台灣茶葉教學	☐ 出資(自創、代理等) ☐ 合作(商品、服務等) ☐ 素材(食材、物料等) ☐ 創意(設計、概念發想等)
	5	京盛宇現代茶股份有限公司	京盛宇	4.8	茶葉	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創想生活產業: 飲食文化體驗、生活教育體驗	打造台灣茶葉的時尚新風貌	☐ 出資(自創、代理等) ☐ 合作(商品、服務等) ☐ 素材(食材、物料等) ☐ 創意(設計、概念發想等)
	6	現莊有限公司	SUD CHA	15.0	茶葉、茶具	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創想生活產業: 飲食文化體驗、生活教育體驗	新竹香茶園茶	☐ 出資(自創、代理等) ☐ 合作(商品、服務等) ☐ 素材(食材、物料等) ☐ 創意(設計、概念發想等)
	7	寧生殿和德商號股份有限公司	寧生殿	14.5	茶葉、茶具	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創想生活產業: 飲食文化體驗、生活教育體驗	提供台灣東部優質稻米、天然純淨優質與台灣烏龍茶	☐ 出資(自創、代理等) ☐ 合作(商品、服務等) ☐ 素材(食材、物料等) ☐ 創意(設計、概念發想等)
	8	明達園國際茶股份有限公司	山山茶業	16.4	茶葉、茶具	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創想生活產業: 飲食文化體驗、生活教育體驗	擁有台灣兩端山茶園、提供天然之茶葉	☐ 出資(自創、代理等) ☐ 合作(商品、服務等) ☐ 素材(食材、物料等) ☐ 創意(設計、概念發想等)
	9	吉品養生股份有限公司	吉品養生	5.2	茶點	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創想生活產業: 飲食文化體驗、生活教育體驗	台灣自2003年在宜蘭開始發「無糖」的自創品牌	☐ 出資(自創、代理等) ☐ 合作(商品、服務等) ☐ 素材(食材、物料等) ☐ 創意(設計、概念發想等)
	10	安心生物科技有限公司	原味千尋	6.3	茶點	☐ 1年以下(不含) ☐ 1~3年(含) ☐ 3~5年	創想生活產業: 飲食文化體驗、生活教育體驗	台灣愛茶客、提供台灣巨大伴手禮	☐ 出資(自創、代理等) ☐ 合作(商品、服務等) ☐ 素材(食材、物料等) ☐ 創意(設計、概念發想等)

11	半歐亞生活文創股份有限公司	回 回	14.1	茶葉、茶具	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	創意生活產業: 飲食文化體驗、生活教育體驗	研究傳統茶葉, 提供好茶葉、好水與相關的器皿, 將喝茶的趣味完整地提供給每位客人 並提供台灣設計創作客一個展覽空間	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
12	聚品股份有限公司	聚品設計	4.0	伴手禮	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	創意生活產業: 飲食文化體驗、生活教育體驗	台灣產多年生有機糖餅, 另有香酥餅乾、香酥形等相關產品。	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
13	密那藝術設計工作室	McVing	5.0	設計禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	設計品牌時尚產業	台灣設計師設計配件包款	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
14	優利亞設計有限公司	pintoo	6.5	設計禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	設計品牌時尚產業	台灣拼圖研發及製造	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
15	高島貿易股份有限公司	盾內 TZULAI	2.0	設計禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	設計品牌時尚產業	台灣設計生活用品	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
16	印尼樂藝術設計有限公司	印尼樂	3.1	設計禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	設計品牌時尚產業	台灣設計師印布及生活雜貨品牌	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
17	尼莫茶有限公司	尼莫茶 Chez Nemo	3.1	設計禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	設計品牌時尚產業	台灣設計師, 將自己旅行照片印製成商品販售	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
18	明發國際有限公司	Dotfun	3.1	設計禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	設計品牌時尚產業	中國散茶的夏感體驗設計家飾	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
19	尚祥國際有限公司	ARTEX	1.6	設計禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	設計品牌時尚產業	台灣原創陶瓷品牌	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
20	藍豚國際有限公司	CANIS 康生活	3.0	設計禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	設計品牌時尚產業	MIT 在地製造有機棉、棉幼及家庭各式傢具	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
21	亞龍企業有限公司	亞龍 EILONG	5.0	設計禮品	☐ 1年以下(不含) ☒ 1-3年(含) ☐ 3-5年	創意生活產業: 飲食文化體驗、生活教育體驗	斯東方原創陶器茶具與茶葉工藝	☒ 出資(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)

3F	22	誠品生活股份有限公司	the first	96.0	營運	NA(誠品生活自營)	創意生活產業: 飲食文化體驗、生活 消費體驗	誠品生活自營	☒ 出賣(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
	23	誠品股份有限公司	誠品書店	427.0	書店	☐ 1年以下(不含) ☒ 1~3年(含) ☐ 3~5年	出版產業	誠品自營	☒ 出賣(自創、代理等) ☒ 合作(商品、服務等) ☒ 素材(食材、物料等) ☒ 創意(設計、概念發想等)
		A專櫃坪數		767.2					
		B其他(包含公共區域)		895.3					
		A+B總計面積		1,662.5					

告知事項：本表資料關於誠品生活股份有限公司之營業秘密，僅供收受人臺北市政府、臺北文創開發股份有限公司為執行「民間參與投資松山菸廠文化園區興建營運移轉(BOT)計畫案」之用，任何人(包括收受人)不得以任何形式做前述目的以外之使用，收受人為執行本案目的向第三人揭露時，應使該第三人負相同之責任。

正本 ☒

繕本

存底

陳述意見書

陳述人：李永萍

送達代收人：

華泓法律事務所

孫正華律師

100 臺北市中正區新生南路 1 段 148 號
5 樓之 1

02-2351-3797

代理人：孫正華 律師

黃明展 律師

華泓法律事務所

100 臺北市中正區新生南路 1 段 148 號
5 樓之 1

02-2351-3797

為 貴府廉政透明委員會處理「臺北市府辦理民間參與投資松山菸廠文化園區興建營運移轉 (BOT) 計畫案 (下稱松菸 BOT 計畫)」一事，澄清及陳述意見如下：

一、緣貴會洪智坤委員，於民國 104 年 5 月 5 日利用臉書 (Facebook) 個人專頁，公開質疑「松菸文創的開發權利金從 15 億驟降為 12 億，最後提出 16.5 億的沒得標，提出 13 億的富邦卻得標」，又具體指名陳述人於 97 年 3 月 17 日松菸 BOT 計畫第三次甄審會議前，突然將開發權利金「從 15 億調降為 12 億」，並稱「1 小時 15 分鐘的午休時間，簽文可以跑完秘書長、副市長、市長？」云云。為免 貴會誤解，特向 貴會澄清及陳述意見如下。

二、97 年 3 月 17 日調降開發權利金時，本案尚在公告招標階段；在投標截止日前，任何有意參與招商之業者均可適用，陳述人無從預知截止日時，究竟會有哪些業者參與投標，陳述人並無獨厚特定業者：

1. 首查調降開發權利金之想法，係源於 97 年市場經濟景氣低迷，松菸 BOT 計畫招商文件公告後，業者投標反應不佳而始。為使松菸 BOT 計畫得以順利吸引業者投標，不致再度發生流標之憾，並避免招標之初即因過少廠商投標，致使計畫無從推動進行，時任副市長林崇一所主持之市府跨局處專案小組會議，遂決定將開發權利金從新臺幣（下同）15 億元調降為 12 億元，意在增加業者投資誘因，刺激投標意願，並於 97 年 3 月 17 日所召開之松菸 BOT 計畫第三次甄審會議通過。
2. 再查，97 年 3 月 17 日調降開發權利金時，松菸 BOT 計畫尚在公告招標階段，並未截止投標，凡有意願參與之廠商，均有機會適用新修正之招商條件投入甄選競爭，並無獨厚任何私人可言。況臺北市政府文化局於同年四月、五月間，更就此新版招商條件對外公開說明，一切程序透明，可供檢驗。
3. 又查，調降開發權利金之時點既在上網公開招商期間，不僅任何有意參與之業者均可適用，且當時「臺北文創公司」並未成立，是以調降開發權利金與臺北文創公司之間，本屬二事，並無不當關聯。

三、開發權利金多寡，並非評選松菸 BOT 計畫投資人之單一考量因素：

1. 按開發權利金之門檻，不應成為阻礙業者投資意願之絕對因素，亦不應為甄選之唯一條件。松菸 BOT 計畫之興建期、營運期為 50 年，事關臺北市乃至全國文創產業半世紀之發展，影響至鉅，不應單獨僅憑業者投資之初所承諾的開發權利金高低，為唯一考量，而係應綜合評估投資人過往經營文創產業之實績，以及將來日後可提供之園區建築設計等硬體規劃、對文創產業未來半世紀之願景規劃，始符市府招商投資之目的。
2. 以洪委員所稱可提出 16.5 億元開發權利金之投標廠商「漢洋建設」為例，該公司乃出身科學園區之建設公司，關係企業係遠東航空

公司，故至投標截止之時判斷，該公司並無相關文創經營之經驗與績效。相較之下，投標截止當時之富邦誠品團隊，承諾引進國際建築名家「伊東豐雄」之建築設計並在日後實現，且對於國內文創產業之經驗，亦有社會大眾有目共睹之成果。

四、陳述人就松菸 BOT 計畫開始營運後，臺北文創公司將台灣大哥大總部搬入文創空間一事，亦認為不符當初設立文創園區初衷，並支持現任市府要求台灣大哥大總部遷出的決定。惟 貴會洪委員上開網路公開留言，卻將陳述人無端捲入。

實則，調降開發權利金乃屬市府重大決策事項，歷經多次專案會議之合議討論，決非陳述人一人可單獨決斷，至專案會議之結論作成後，於松菸 BOT 計畫甄審會議前完成重要決策之公文簽核程序，亦屬常態。洪委員所言，混淆松菸 BOT 計畫之事前招商條件及過程、事中評選投資人之標準、乃至興建營運後對投資人之應有監督等各階段，其實各階段均有不同注意之重點。陳述人在此籲請 貴會，應完整公布所有的會議紀錄、公文與大事紀及行政院公共工程委員會核定本案的所有資料，全部上網公開以正視聽，並還原真相。

五、為利 貴會瞭解松菸 BOT 計畫之重要相關事實，敬將相關事實整理如下表，敬供卓參。

松山文創園區 BOT 案大事記	
日期	事項
2007.2.13	辦理 BOT
2007.10.3	送「預評估表」予公共工程委員會
2007.10.23	甄審委員會成立（2 次會後）
2007.12.31	招商文件上網公告
2008.3.17	第 3 次甄審會議
2008.4 月、5 月	各辦 1 場招商說明會
2008.9.1	截止收件

2008.9.25

第 4 次甄審會議、審議會

謹 狀

臺北市政府廉政透明委員會 公鑒

附件：委任狀

中 華 民 國 1 0 4 年 5 月 7 日

陳述人：李永萍

代理人：孫正華律師

黃明展律師

