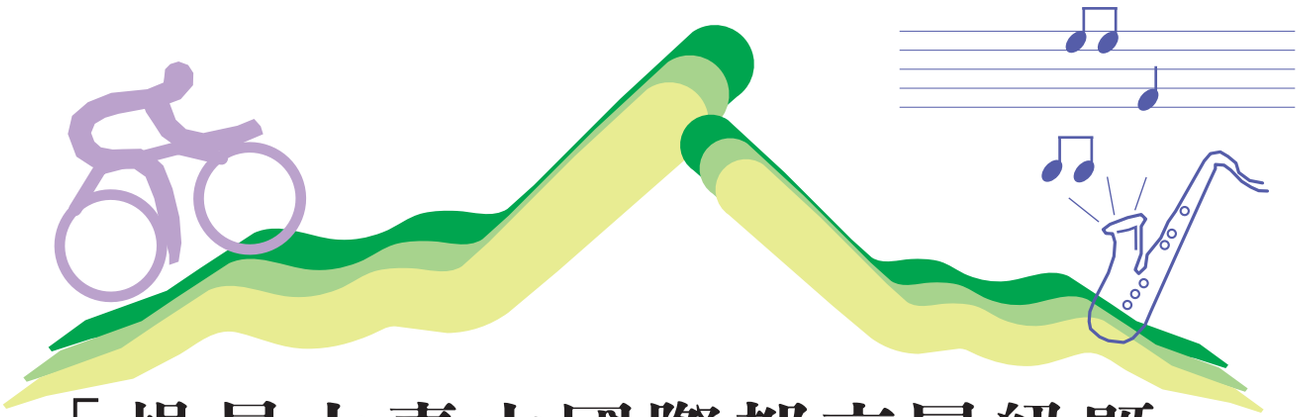


「提昇大臺中國際都市層級暨競爭力策略方案」規劃案之研究

結案報告書

委託單位：臺中市政府

執行單位：逢甲大學

契約編號：99都發40

中華民國100年12月22日

「提昇大臺中國際都市層級暨競爭力策略方案」規劃案之研究

結案報告書

逢甲大學
臺中市政府

目錄

表目錄 ..... **III**

圖目錄 ..... **VI**

前言 **1**

第一章　研究主旨 **3**

第一節　研究背景 3

第二節　研究目的 5

第二章　研究方法與歷程 **7**

第一節　研究方法與流程 7

第二節　研究歷程 10

第三章　國際都市層級及城市競爭力之研究 **15**

第一節　國際城市競爭力指標分析 15

第二節　標竿城市之國際層級與競爭力分析 38

第四章　臺中市城市競爭力現況與政策分析 **63**

第一節　都市治理 63

第二節　智慧型都市 68

第三節　區域資源整合 74

第四節　交通運輸環境 85

第五節　科技產業走廊發展 93

第六節　文化創意與觀光產業發展 102

第七節　都市更新結構更新 113

第八節　國際化都市行銷暨城市意象建構與城市品牌創造 119

第五章　城市事件經濟之研究 **125**

第一節　事件經濟之性質與效益 125

第二節　事件經濟之案例分析—上海世博會 129

第三節　事件經濟之案例分析—首爾設計博覽會 140

第四節　事件經濟之案例分析—香港東亞運 147

第六章 臺中市事件經濟方案之研究.....153

第一節 臺中市事件經濟之推動基礎.....153

第二節 臺中市事件經濟之方案研擬.....179

第三節 臺中市事件經濟方案之可行性評估.....204

第四節 臺中市事件經濟方案之效益與願景.....224

第五節 臺中市事件經濟發展方案評選.....227

第七章 大臺中自行車競技暨國際會展.....231

第一節 活動內容規劃.....231

第二節 配套機制與策略.....243

第三節 行動計畫.....274

第八章 中臺灣音樂美食文化節(三響共鳴~ME 一夏).....285

第一節 活動內容規劃.....285

第二節 配套機制與策略.....295

第三節 行動計畫.....313

第九章 結論與建議.....323

第一節 研究結論.....323

第二節 研究建議.....328

參考書目.....335

附件一 臺中市座談會 會議記錄.....341

附件二 彰化縣與南投縣座談會 會議記錄.....363

附件三 「提昇大臺中城市競爭力研討會」完整記錄.....371

附件四 期初報告審查意見回應表.....395

附件五 期中報告審查意見回應表.....399

附件六 期末報告審查意見回應表.....403

附件七 期末報告(修正本)工作小組審查意見回應表.....409

表目錄

表 2-2-1　本研究各階段之研究歷程重點記錄 10
表 3-1-1　全球城市的定義 15
表 3-1-2　GaWC 全球城市服務指標系統 17
表 3-1-3　GaWC 企業服務指標重要性評定準則名單 18
續表 3-1-3　GaWC 企業服務指標重要性評定準則名單 19
表 3-1-4　GaWC 定義的全球城市排名列表 20
表 3-1-5　2000, 2004 及 2008 年 Alpha 級全球城市排名 21
表 3-1-6　城市競爭力定義 23
表 3-1-7　IMD 世界競爭力指標 25
表 3-1-8　WEF12 項競爭力指標內容 26
表 3-1-9　三項主要分類指數於各發展階段的權重分配表 27
表 3-1-10　全球城市競爭力報告之城市競爭力指標細項內容表 27
表 3-1-11　大城市競爭力排名城市（全球 500 大城市評比） 31
表 3-1-12　經濟學人資訊社（EIU）評分指標細項 32
表 3-1-13　EIU 最適居住評分標準（EIU rating） 34
表 3-1-14　2010 年十大最適居住城市排名 35
表 3-1-15　臺中市競爭力指標及其考量因子 36
表 3-2-1　全球性競爭力評比項目排名 39
表 3-2-2　首爾六大新興產業 42
表 3-2-3　數位媒體城基本資料 43
表 3-2-4　麻谷研發城基本資料 44
表 3-2-5　首爾國際金融中心基本資料 45
表 3-2-6　新加坡人口統計（2010 年） 56
表 3-2-7　新加坡國家收支狀況（1999-2009） 57
表 3-2-8　新加坡經濟指標（2009 年） 57
表 3-2-9　新加坡城市行銷之策略作法 60
表 3-2-10　新加坡城市行銷之推動策略 60
表 3-2-11　樟宜機場競爭力策略 61

表 3-2-12　新加坡電子政府規劃 61
表 3-2-13　新加坡電子政府成功要素 62
表 4-3-1　中彰投產業經濟發展面向綜合分析表 80
表 4-3-2　中彰投區域生活圈相關政策與文獻 81
表 4-4-1　合併前臺中縣、市都市計畫相關統計 86
表 4-4-2　合併前都市計畫區內土地使用分區統計表 86
表 4-5-1　中部科學工業園區引進產業/機構 95
表 4-5-2　國家相關產業政策計畫表 97
表 4-5-3　中、彰、投縣市經濟產業相關建設計畫表 98
表 4-5-4　六大新興產業發展策略 99
表 4-6-1　國人國內旅遊目的 106
表 4-6-2　2010 年旅遊時喜歡的遊憩活動 107
表 4-6-3　來臺旅客統計表 108
表 4-6-4　99 年旅客旅行方式－以主要目的分 109
表 4-6-5　觀光拔尖領航方案全臺五大區域定位 111
表 4-7-1　臺中市都市及非都市土地各項土地使用計畫面積分析表 113
表 5-1-1　近年來國際重大事件經濟概要 126
表 5-1-2　各國大城市節慶活動表 127
表 5-2-1　社會預警訊號表 132
表 5-2-2　整體政策制定框架表 133
表 5-2-3　都市公車與軌道交通的運輸效率比較表 135
表 5-2-4　上海市交通運輸效能表 136
表 5-2-5　舉辦上海市博會與否的經濟成長結果測算 137
表 6-1-1　2011 年臺灣地方特色美食活動 166
表 6-1-2　大甲媽祖國際觀光文化節推估之總經濟效益 176
表 6-5-1　方案評選之因子權重說明表 227
表 6-5-2　指標權重與四大方案之因子評分表 228
表 6-5-3　四大方案可行性分析成果表 229
表 7-2-1　中彰投區域酒莊所在地、盛產以及周邊景點 249
表 7-2-2　我國花卉生產種植面積前五縣市排列 253
表 7-2-3　臺灣外銷花卉簡介 254
表 7-2-4　中部區域產業類別及聚落分布 263

表 7-2-5　中部地區自行車成車廠、零組件與其他相關配套廠分布地區 264
表 7-2-6　自行車上中下游產業關係表 265
表 7-3-1　「大臺中自行車競技暨國際會展」各分項活動預計時間表 277
表 7-3-2　「大臺中自行車競技暨國際會展」財務規劃表 277
表 8-2-1　中彰投區域特色茶品種植鄉鎮 299
表 8-2-2　中臺區域地方特色產業聚落及發展背景 304
表 8-3-1　「中臺灣音樂美食文化節」各分項活動預計時間表 316
表 8-3-2　「中臺灣音樂美食文化節」財務規劃表 317
表 9-2-1　「大臺中自行車競技暨國際會展」之活動規劃 328
表 9-2-2　「大臺中自行車競技暨國際會展」之行動計畫 329
表 9-2-3　「中臺灣音樂美食文化節」之活動規劃 329
表 9-2-4　「中臺灣音樂美食文化節」之行動計畫 331

圖目錄

圖 2-1-1　研究流程圖 9
圖 3-1-1　GaWC 全球城市層級圖 22
圖 4-2-1　臺中市區位優勢示意圖 68
圖 4-2-2　推動 i236 計畫實現智慧臺灣工程圖 71
圖 4-3-1　中彰投人口密度分佈概況 75
圖 4-3-2　中彰投自然保留區面積分佈 76
圖 4-3-3　中彰投國家公園分佈 76
圖 4-3-4　中彰投自然生態區分佈 76
圖 4-3-5　中彰投大專校院分佈 77
圖 4-3-6　中彰投歷史文物資源分布概況 78
圖 4-3-7　中彰投商圈與夜市分布概況 78
圖 4-3-8　中彰投藝術展演館分布概況 78
圖 4-3-9　中彰投產業與工業園區分布概況 78
圖 4-3-10　一級產業人口分布概況 79
圖 4-3-11　二級產業人口分布概況 79
圖 4-3-12　三級產業人口分布概況 79
圖 4-3-13　三大生活圈與七個發展區域 81
圖 4-4-1　臺中市地形高程圖 85
圖 4-4-2　臺中捷運綠線路線及車站位置圖 88
圖 4-4-3　臺中捷運後續規劃路網及車站位置圖 89
圖 4-4-4　臺中航空站未來航廈規劃示意圖 90
圖 4-4-5　臺中港特定區計畫圖 92
圖 4-5-1　臺中市高科技走廊帶 94
圖 4-5-2　臺中與鄰近地區主要產業園區分部概況圖 96
圖 4-6-1　臺中市文化創意產業家數占全臺比例變化圖（2005-2008 年） 102
圖 4-6-2　臺中市文化創意產業營業額占全臺比例變化圖（2005-2008 年） 103
圖 4-8-1　臺中文化創意產業聚落分布 120
圖 5-2-1　上海世博會實景 138
圖 5-4-1　香港東亞運吉祥物 151

圖 5-4-2　香港東亞運場地設計示意圖 151
圖 6-1-1　2011 年大甲媽祖遶境路線圖 175
圖 6-1-2　彰化媽祖遶境規劃路線圖 178
圖 6-2-1　中臺灣音樂美食文化節主要場地規劃圖 185
圖 6-2-2　媽祖遶境朝聖文化祭活動規劃圖 190
圖 6-2-3　臺灣國際工具機會展主要場地規劃圖 196
圖 6-2-4　臺灣國際自行車會展主要場地規劃圖 202
圖 7-1-1　臺中公路長途賽路線規劃圖 233
圖 7-1-2　彰化公路長途賽路線規劃圖 233
圖 7-1-3　南投日月潭環潭路線規劃圖 234
圖 7-1-4　臺中城市繞圈賽路線規劃圖 235
圖 7-1-5　大臺中自行車活動與景點關係圖 237
圖 7-1-6　臺中自行車博覽會場與自行車產業聚落關係圖 240
圖 7-2-1　「中臺區域合作發展平台」組織架構 245
圖 7-2-2　臺中市各式服務整合建構資訊化平台 246
圖 7-2-3　臺中市農村酒莊暨周邊景點路線示意圖 250
圖 7-2-4　彰化縣二林鎮農村酒莊暨周邊景點 251
圖 7-2-5　南投縣農村酒莊暨周邊景點路線示意圖 252
圖 7-2-6　南投縣自行車道暨農村酒莊周邊景點 252
圖 7-2-7　新社自行車道示意圖 255
圖 7-2-8　后豐自行車道示意圖 256
圖 7-2-9　田尾公路花園自行車道 257
圖 7-2-10 埔里鎮自行車道暨花卉特產中心 258
圖 7-2-11 中部地區自行車成車廠、零組件與其他相關配套廠分布地區 264
圖 7-2-12 會展觀光套光旅遊方案發展示意圖 268
圖 7-2-13 行腳大臺中規劃理念圖 270
圖 8-1-1　中彰投音樂美食串聯示意圖 286
圖 8-1-2　中彰投美食商圈分佈示意圖 290
圖 8-1-3　中彰投音樂藝文空間分佈示意圖 291
圖 8-1-4　中臺灣校園支援範圍示意圖 294
圖 8-2-1　中臺區域音樂人文資源分布圖 302
圖 8-2-2　中臺區域地方傳統產業聚落示意圖 305

圖 8-2-3　觀光資訊雲端系統建置規劃內容 309

前言

臺中縣市於去年(民國 99 年)底合併升格為直轄市後，除了提昇行政的層級位階之外，更已大幅地增加可用的行政資源。就大臺中而言，固然已是中部地區的領頭羊，但如何更上一級成為國際城市，儼然成為另一項嚴峻的挑戰；而就整個中部地區而言，如何藉由資源的整合，而能截長補短共同發展，亦是各縣市所共同關切的議題。同時，在面對全球化的衝擊下，不僅國與國之間的競爭相當激烈，此一競爭同樣存在於城市之間，各城市無不積極以本身的利基為出發點，尋求永續的發展的機會。在此情況下，合併升格後的臺中市，如何進行城市的全面改造以提昇大臺中的國際城市競爭力，進而帶動整個中部地區的蓬勃發展，乃成為更刻不容緩的任務。

無論就地理交通、產業水平、兩岸對等交流的位置、乃至亞太區域的相對區位來看，合併後的臺中市皆居於中心樞紐位置，擁有許多內外在的優勢條件；然而，縱使臺中市已成為一直轄市，若僅以其行政幅員內的資源，並不足以在激烈的國際競爭中勝出。因此，乃必須先深入檢視大臺中乃至臺灣中部區域的既有資源與現況問題，並且思考：1.如何藉由區域發展平台的建立，來與臺灣中部的鄰近縣市進行多元互補，以形成資源深度整合的區域經濟？2.如何積極推動兩岸交流合作與國際都市行銷，來與國際接軌，進而使臺中市成為具國際競爭力的新興城市？同時，做為中部地區領頭羊的臺中市，亦必須規劃一個「槓桿策略」，做為提昇城市競爭力的主要手段，並貫串在城市軟硬體建設的每一重要面向上，進而整合中部地區各項資源來共同發展。

在此前提之下，本研究的主軸即在於研擬推動大臺中提昇國際競爭力的「槓桿策略」，而鑑於國內外許多城市皆有以「事件經濟」（event economy）來帶動城市各項改造與發展規畫的成功案例(例如上海舉辦世界博覽會等)，故本研究將選擇「事件經濟」做為推動大臺中提昇國際競爭力的「槓桿策略」，研擬大臺中推動事件經濟的策略與方案。此外，亦進一步研析在都市治理、建構智慧型都市、區域資源整合、交通運輸環境、科技產業走廊發展、文化創意與觀光產業發展、都市更新結構更新、以及國際化都市行銷暨城市意象建構與城市品牌創造等八個層面上的相關配套機制，以期產生城市再造的連鎖效果。最後，乃以事件經濟為軸心來整合共構臺灣中部區域的合作平台，發揮資源整合、跨域治理、區域發展的綜效，進而提出大臺中事件經濟中的各項活動規劃以及其行動計畫，藉此建構臺中市事件經濟總體規劃藍

圖，以做為帶動臺中市城市競爭力全面提昇的基礎。

第一章　研究主旨

第一節　研究背景

2000 年第六屆世界大城市市長會議的北京宣言中，強調 21 世紀是「城市世紀」（Age of Cities）；其實早在 1993 年澳洲里斯本舉行的亞太城市會議，即已指出未來政治進步與社會安定的重心是 City State，而不再是 Nation State，城市將是國家發展方向的主導者，而國際的各城市將共同形塑社會、文化、科技與經濟的世界議程。換言之，城市已成為全球治理（global governance）中的重要行動者，城市與其國家疆界以外的其他城市或地區所產生的互動關係，為城市帶來許多新的契機與挑戰，因此，世界各城市無不力求提昇本身的治理能力與發展能量，強化國際的城市競爭力，以追求永續的發展。

就眼前的國際現實觀之，歷經全球金融風暴，當下 2010 年亞洲最亮眼的經濟體恰是一個 city state—新加坡，僅有 680 平方公里的面積、400 萬的人口，國民平均所得卻居全亞洲之冠，今年的經濟成長率更可能達到驚人的 13~15%，正是充分發揮城市國際競爭力的典範，例證了城市發展的無窮可能性。

臺中縣市已於（民國 99）年 12 月 25 日合併升格為直轄市，成為一個人口逾 260 萬、面積超過 2,200 平方公里的大都會，並成為臺灣的五都核心之一。這是臺灣近幾十年來行政體制的重大變革，也是中部地區難得的發展契機，可望彌補過去臺灣長期「重北輕南忘中間」的區域不均。未來大臺中隨著合併升格，將提昇行政的層級位階，大幅增加可用的建設資源，進而有機會實現過去難以達成的建設理想。明顯地，身處「城市世紀」的大臺中，不能自囿於地方層級的城市，必須要能迅速與國際接軌，提昇其都市的國際層級與城市競爭力，邁向一個新興的國際都市，才能真正實現合併升格的意義與機緣。

對於大臺中地區而言，結合區域發展以提昇國際層級的城市競爭力，並不是全新的概念。本就是都會型的原臺中市早已提出「文化・經濟・國際城」的城市願景，2006 年進一步提出「臺中都會生活圈」為核心的「中臺區塊」（臺中縣市、苗栗縣、彰化縣、雲林縣與南投縣）概念，已逐漸被視為均衡臺灣區域發展，以及促進區域繁榮的重要平台。2009 年所提出「一點多心」的發展概念，一方面持續中臺區塊的發展理念，另一方面則更具體地以臺中新市政中心為「一點」,「多心」則指涉「海

線複合觀光休閒發展核心」、「藍色經貿轉運發展核心」、「都會衛星優質發展核心」、「綠色生態觀光發展核心」、「科技商業觀光發展核心」等五個核心，同時涵蓋了中臺區塊的地理區位特質。從臺中市過去的城市定位與願景擘劃的演進過程中，可以看出明顯的「跨域」軌跡，亦即跨越行政疆界，進行各項資源的更密切整合，以提高資源使用的綜效；而其最終目的，就是將合併升格的大臺中市打造成「臺灣之心」（HOT, Heart of Taiwan）。

此一宏觀的願景，不僅是一份對未來的主觀憧憬與自我期許，也具有客觀上的必要性與可行性。因為，如果不能有效整合區域資源，建立包括都市治理、交通運輸、科技產業、文創與觀光、資通訊等層面的整合機制，以及都市更新的永續機制，單就大臺中行政幅員內的資源，恐不足以在國際層級的城市競爭中勝出。另一方面，無論就地理交通、產業水平、兩岸對等交流的位置、乃至亞太區域的相對區位來看，大臺中都居於中心樞紐位置，擁有許多內外在的優勢條件，藉由區域發展平台的建立，與臺灣中部的鄰近縣市進行多元互補，形成資源深度整合的區域經濟，並積極推動兩岸交流合作與國際都市行銷，將能成為極具國際競爭力的新興城市，進而成為臺灣的「亞洲門戶」，提昇臺灣總體的競爭力；甚至，隨著全球化程度加深，以及兩岸交流日益密切，經由亞太區域經濟的競合與互動，可望更進一步成為「區域之心」（Heart of Region），亦即躍升為一個「全球城市」，以因應全球化區域主義和城市競爭的新局勢。

因而，如何提昇大臺中的國際城市競爭力，既是不容迴避的課題，更是促進城市發展的必要手段。為了獲取更大的發展空間與機會，我們必須深入檢視大臺中乃至臺灣中部區域的既有資源與現況問題，參考國際城市的成功範例與發展策略，進而轉換思考與行動的層次，以新視野與新思維，在重要的發展課題上提出新規劃與新策略，推展新的行動方案，以打造新的城市格局，逐步實現大臺中的國際願景。

第二節　研究目的

面對全球化的衝擊，以及國際城市的激烈競爭，大臺中如何憑藉在地的資源與文化，積極躍上國際舞台，將是新的市政團隊以及全體新直轄市民共同的迫切使命。因此，本研究的目的即在於因應大臺中合併升格以及臺灣中部區域發展的新形勢，掌握大臺中的新機會與新挑戰，分析城市發展的各層面所潛藏的問題與需求，為大臺中未來如何提昇為國際層級的都市，以及如何提昇城市的國際競爭力，提出可行的策略規劃以及具體的配套機制或行動方案。

在激烈的國際競爭以及有限的資源限制之下，若欲帶動城市的全面改造、進而帶動中部區域資源整合與共同發展，臺中市勢必需要規劃一個「槓桿策略」，做為提昇城市競爭力的主要手段，並以其做為核心主軸，形成大臺中未來發展的「火車頭」，進而貫串在城市軟硬體建設的每一重要面向上，包括都市治理、交通運輸、科技產業、文創與觀光、資通訊等層面的整合機制，以及都市更新的永續機制等，都能緊密環繞此一「槓桿策略」，共同形塑具有整合性、系統性的目標與策略規劃。亦即，在槓桿策略的帶動之下，突顯在地文化，提振文化創意與觀光產業；整合並善用原臺中縣市以及中部區域的資源，提高都市治理的水平；落實優勢產業空間布局，健全海空門戶的國際接軌功能；建構都市永續更新的機制，前瞻規劃智慧型都市（intelligent city），強化區域成長的競爭力，突顯都市吸引力與競爭力，並透過空間治理策略規劃、國際化行銷、都市間成功經驗的交流，為大臺中建構新的城市意象，創造城市品牌，提昇整體競爭力，進而躍升為國際新興都市。

有鑑於國內外城市的許多成功經驗，諸如臺北市舉辦花卉博覽會、高雄市舉辦世界運動會、韓國首爾市舉辦世界杯足球賽、新加坡舉辦 F1 方程式賽車大賽、北京舉辦奧運、上海舉辦世界博覽會、廣州舉辦亞運等等，本研究將選擇「事件經濟」（event economy）做為推動大臺中提昇國際競爭力的「槓桿策略」，並以首爾、新加坡、上海做為標竿對象，參酌其推動「事件經濟」的歷程與經驗，以建構大臺中推動事件經濟的策略與方案，進而帶動城市競爭力的全面提昇。

基於以上目的，本研究將以下述課題為主要的研究範圍：

壹、研析大臺中乃至中部區域的各項資源與發展現況，以釐清和掌握大臺中都市發展的條件、需求與問題，以及社會資源的既有配置與效益，包括：區域資源整

合、交通運輸環境、科技產業、文創與觀光產業、都市更新、智慧型都市及都市治理等課題，發掘潛存的機會與限制，並做為未來配合「事件經濟」方案進行城市全面再造的策略規劃基礎。

貳、研析國際都市層級之類型、國際競爭力的衡量指標、標竿城市舉辦「事件經濟」之相關經驗，以定位大臺中市提昇國際都市層級與城市競爭力的目標，並規劃具有可行性與實質效益的「事件經濟」方案選項，以及推動該方案的行動策略。

參、以大臺中推動的「事件經濟」方案為軸心，發展各項「事件經濟」方案的活動規劃，研析在區域資源整合、交通運輸環境、科技產業、文創與觀光產業、都市更新、智慧型都市及都市治理等層面上的相關配套策略與機制，以期產生城市再造的連鎖效果；並由此軸心來提出行動計畫，以整合共構臺灣中部區域的合作平台，發揮資源整合、跨域治理、區域發展的綜效，藉此完成大臺中提昇國際都市層級與城市競爭力之整體藍圖。

綜言之，本研究以「事件經濟」為研究主軸，由各領域的學者專家進行分項調查與分析，並對各項研究的成果進行有機的系統整合，產出總體的策略規劃，俾於極有限的時程與研究資源上，達成研究的成果目標。

第二章　研究方法與歷程

本研究以「事件經濟」做為探討大臺中國際城市競爭力的研究主軸，先參考國際各大城市推動「事件經濟」的經驗與成效，研析選定大臺中未來首要推動的「事件經濟」方案，再延伸探討相關的配套策略，包括：都市治理、建構智慧型都市、區域資源整合、交通運輸環境、科技產業走廊發展、文創與觀光產業發展、都市更新結構更新、以及國際化都市行銷等，並統合成為總體城市再造的策略規畫。以下簡述本研究所採取的方法、預定的研究流程，以及本研究在期初、期中、期末各階段的歷程記錄。

第一節　研究方法與流程

壹、研究方法

由於本研究涉及許多面向，且研究團隊含括諸多領域的專家學者，因而研究成員個別採取的研究方法較為多元，分述如下。

一、文獻回顧與次級資料分析

蒐集上位及相關政策與計畫、臺灣中部區域發展的相關計畫及其報告書、城市競爭力相關文獻、以及官方數據或資料，以及外國標竿城市的競爭力表現、推動「事件經濟」的案例資料等，經由進一步的詮釋或統計分析，據以先行瞭解以大臺中為核心的中部區域之現有特色、資源及其運作方式，並且掌握建立城市競爭力、推動「事件經濟」的必要條件與指標。

二、深度訪談法

本研究採取深度訪談方式，並結合實地的勘查或參與觀察，訪談相關的專家學者或利害關係人，以實際瞭解大臺中與中臺區域相關行動者的看法；同時，並製作訪談記錄，供進一步分析運用，做為研擬「事件經濟」方案或評估各項配套策略的參考。

三、焦點團體法

本研究於期初與期中階段，已邀請相關的學者專家、地方政府代表與社團組織舉行「焦點座談」，以蒐集相關資料與意見，並製作完整記錄(座談會會議記錄如附件一與附件二)。此外，由於本研究是以「事件經濟」與國際城市競爭力為主軸，因此亦於期末階段舉辦的「學術研討會」中，邀請到具有實際推動「事件經濟」經驗之學者及執行者(上海世博會總規劃師團隊創意總監蘇運升教授以及前臺北市副市長林建元教授)來進行專題演講，會中除了分享其寶貴的經驗並廣泛交流各項意見。本次研討會內容介紹請參閱本章第二節「研究歷程」，研討會紀錄則詳如附件三。

四、SWOT 分析與決策矩陣法

本研究將採用態勢分析法（SWOT）分析各項「事件經濟」方案內部資源的優劣勢，以及外部環境的機會與威脅，並進一步使用「決策矩陣」(decision matrix）法，經由評分基準與權重的設定，進行方案之間的比較、評估與排序，選定所要推動「事件經濟」之方案，並據以提出臺中市在國際都市層級的發展策略，進而研提各個面向的相關配套策略規劃。

貳、研究流程

本研究在期初階段乃是進行相關理論與政策的文獻回顧與次級資料分析，並舉行各縣市的在地領袖座談會，以期掌握國際都市層級與城市競爭力、標竿城市與事件經濟的基本性質，以及大臺中市國際競爭力的現況與政策分析。在期中階段的重點工作乃在於研析大臺中市推動事件經濟的可行性與研擬相關可能的事件經濟方案，並且提出事件經濟方案的願景與評估其所能帶來的效益。而在期末階段除了辦理一場大型研討會，以及依據期中報告審查意見進行相關修正之外，重點工作乃在於綜整期初與期中的結果，就臺中市推動事件經濟方案作出方案執行規劃，並分別在城市治理、智慧型都市、區域資源整合、交通運輸、產業走廊、文化觀光、都市更新、國際行銷等各構面研擬相關配套策略與機制，再進一步提出事件經濟方案執行的行動計畫。本研究的最後階段則依據期末審查意見進行最後修正(審查意見回應表如附件四所示)，以具體呈現出由事件經濟所帶動的整體城市規劃藍圖。本研究之研究流程如圖 2-1-1 所示。

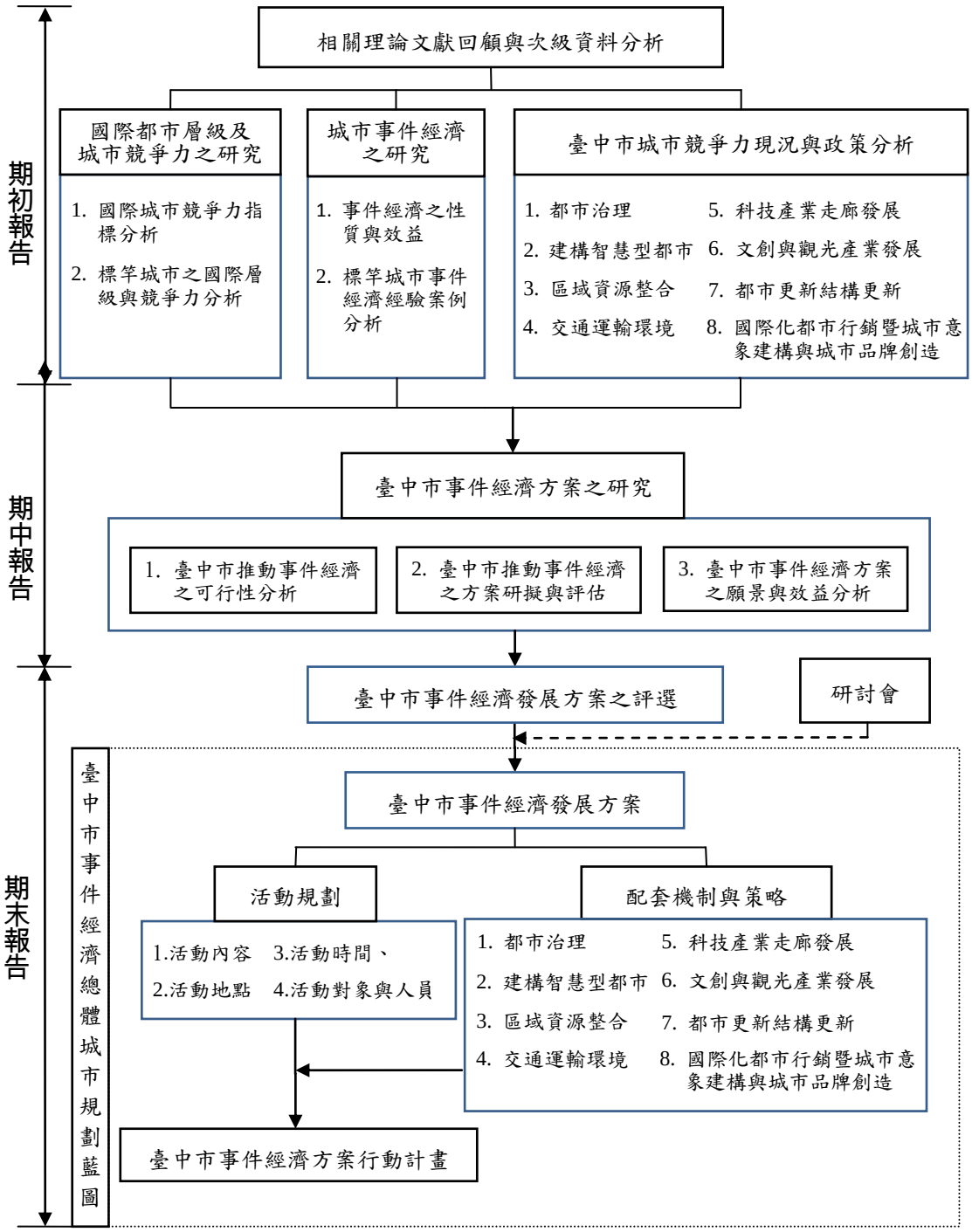

期初報告
期中報告
期末報告
相關理論文獻回顧與次級資料分析
國際都市層級及城市競爭力之研究
1. 國際城市競爭力指標分析
2. 標竿城市之國際層級與競爭力分析
城市事件經濟之研究
1. 事件經濟之性質與效益
2. 標竿城市事件經濟經驗案例分析
臺中市城市競爭力現況與政策分析
1. 都市治理
2. 建構智慧型都市
3. 區域資源整合
4. 交通運輸環境
5. 科技產業走廊發展
6. 文創與觀光產業發展
7. 都市更新結構更新
8. 國際化都市行銷暨城市意象建構與城市品牌創造
臺中市事件經濟方案之研究
1. 臺中市推動事件經濟之可行性分析
2. 臺中市推動事件經濟之方案研擬與評估
3. 臺中市事件經濟方案之願景與效益分析
臺中市事件經濟發展方案之評選
研討會
臺中市事件經濟總體城市規劃藍圖
臺中市事件經濟發展方案
活動規劃
1.活動內容 3.活動時間、
2.活動地點 4.活動對象與人員
配套機制與策略
1. 都市治理
2. 建構智慧型都市
3. 區域資源整合
4. 交通運輸環境
5. 科技產業走廊發展
6. 文創與觀光產業發展
7. 都市更新結構更新
8. 國際化都市行銷暨城市意象建構與城市品牌創造
臺中市事件經濟方案行動計畫

圖 2-1-1　研究流程圖

第二節　研究歷程

本節乃概述本研究於各階段中重要的工作歷程(包含研討會的舉辦)，分為以下兩部分介紹：壹、研究大事記，貳、提昇大臺中城市競爭力研討會。

壹、研究大事記

本研究目前已依據既定規劃，完成期初、期中與期末之各階段研究工作，各階段的研究歷程之重點記錄如表 2-1-1 所示。

表 2-2-1　本研究各階段之研究歷程重點記錄

編號	時間	工作內容	備註
期初準備階段			
1	99 年 11 月 19 日(星期五)	提交本研究工作計畫書	
2	100 年 1 月 4 日(星期二)下午 14:30-16:30	本研究團隊主持人楊龍士副校長、共同主持人賴美蓉教授、協同主持人馬彥彬教授等人，會同臺中市府都市發展局謝科長美惠、陳股長隆秋與張炎輝先生共同商討本案之重點研究方向與後續做法。	地點：臺中市政府都市發展局 4F 會議室
3	100 年 1 月 21 日(星期五)	市府來函審核通過本案工作計畫書（修正版）	依據 100 年 1 月 21 日委託單位臺中市政府都企字第 1000001142 號來函要求將「活動經濟」一詞修正為「事件經濟」，市府認為為充分表達因某一特定事件產生總體經濟效應，仍以「事件經濟」為佳。 依據市府來函要求，本研究特增聘逢甲大學行銷系系主任簡士超副教授擔任研究顧問，提供事件經濟與城市國際行銷等研究課題之相關諮詢；並增聘逢甲大學建築系教授鄭明仁博士擔任有關事件經濟之專責研究主持人，並將本研究總體修正為以事件經濟為研究主軸，以及調整經費分配與工項。
期初階段			
1	100 年 1 月 24 日(星期一)晚上 17:30-20:00	召開「期初階段啟動會議」，由計畫主持人楊龍士副校長主持，全體研究團隊的主持人與助理共同出席，討論重點為期初階段的工作事項。	地點：逢甲大學人言大樓 802 室

2	100 年 1 月 28 日(星期五）上午 9:00	行政院經濟建設委員會召開中臺區域合作平台工作會議，因本案為行政院經濟建設委員會補助研究案，故本案由共同主持人賴美蓉教授與協同主持人馬彥彬副教授參與出席簡報，說明本案執行進度。	地點：臺中市州廳中正廳（臺中市西區民權路 99 號）
3	100 年 2 月 18 日(星期五）	各分項計畫繳交期初報告書初稿，部分分項延至 100 年 2 月 21 日（星期一）繳交，並進行初步彙整。	
4	100 年 2 月 21 日(星期一）晚上 17:00-19:45	召開研究團隊工作會議，由計畫主持人楊龍士副校長主持，討論重點為以東亞運為主軸之事件經濟與相關配套策略。	地點：逢甲大學人言大樓 905-2 室
5	100 年 2 月 25 日(星期五）下午 03:00	本案為更精確掌握中臺區域的產業發展趨勢，特邀請現擔任臺中市精密機械科技創新園區執行長、且有「中科之父」稱號的陳明德先生舉行座談，並進行諮詢與討論。	地點：逢甲大學人言大樓 802 室
6	100 年 3 月 4 日(星期五）下午 02:00	召開本案臺中市座談會，由市府都市發展局李副局長泰陽主持，並邀請多位產官學界人士提供相關建言。	地點：臺中市州廳中正廳（臺中市西區民權路 99 號）
7	100 年 3 月 14 日(星期一）下午 04:00-06:30	召開本案之助理工作會議，檢視修正期初研究報告之內容與格式。	地點：逢甲大學人言大樓 905-2 室
8	100 年 3 月 15 日(星期二）下午 04:00-06:30	召開本案之研究團隊工作會議，由計畫主持人楊龍士副校長主持，檢視修正期初報告之內容與格式。	地點：逢甲大學人言大樓 905-2 室
9	100 年 3 月 22 日(星期二）	將期初報告書繳交市府都發局。	
期中準備階段			
1	100 年 4 月 19 日(星期二）9:30-11:00	召開期初報告審查會，由市府都市發展局李副局長泰陽主持，本研究團隊計畫主持人楊副校長龍士進行簡報，共同主持人賴美蓉教授、協同主持人陳建元教授等人與會。	地點：臺中州廳中正廳 (臺中市西區民權路 99 號)
2	100 年 4 月 19 日(星期二）13:30-17:00	召開本案南投縣與彰化縣之座談會，由逢甲大學楊副校長龍士主持，並邀請多位產官學界人士提供相關建言。	地點：逢甲大學第二國際會議廳 (臺中市西屯區文華路 100 號)
3	100 年 4 月 28 日(星期五）	市府來函期初報告審核通過會議記錄核發。	發文字號：中市都企字第 1000032583 號
期中階段			
1	100 年 5 月 10 日(星期二）10:10-12:00	召開「期中階段啟動會議」，由計畫主持人楊副校長龍士主持，全體	地點：逢甲大學人言大樓 802 室 (臺中市西屯區文華路 100 號)

		研究團隊主持人與助理出席，討論重點為期中階段工作事項。	
2	100 年 5 月 17 日（星期二）9:30-10:30	召開本案之研究團隊工作會議，由計畫主持人楊副校長龍士、共同主持人賴美蓉教授、林士峰專案經理與會，討論與篩選「提昇大臺中城市競爭力之考量因子」。	地點：逢甲大學行政一館副校長辦公室 (臺中市西屯區文華路 100 號)
3	100 年 5 月 30 日（星期一）	電子公文方式發送本研究之研討會計畫書予臺中市政府。	
4	100 年 6 月 3 日（星期五）	東海大學「2011 年都會治理與第三部門發展研討會」，本研究團隊由徐偉傑與林士峰專案經理參加。	地點：東海大學省政研究大樓大會議室 (臺中市西屯區臺中港路三段 181 號)
5	100 年 6 月 4 日（星期六）	中興大學 2011 年第三屆公共治理「邁向 21 世紀臺灣新區域治理之變遷與挑戰」學術研討會，本研究團隊由馬彥彬老師與林士峰專案經理參加。	地點：中興大學社管大樓 B1 國際會議廳 (臺中市南區國光路 250 號)
6	100 年 6 月 7 日（星期二）	各分項專責主持人與助理繳交期中報告書初稿，並進行初步彙整。	
7	100 年 6 月 13 日（星期一）10:00-12:00	市府都市發展局召開工作會議，審核研討會計畫書，本研究團隊由徐偉傑與林士峰專案經理與會。	地點：臺中州廳都市發展局會議室 (臺中市西區民權路 99 號)
8	100 年 6 月 17 日（星期五）9:00-11:00	召開本案之研究團隊工作會議，由計畫主持人楊副校長龍士主持，檢視期中報告初稿之內容與格式。	地點：逢甲大學人言大樓 802 室 (臺中市西屯區文華路 100 號)
9	100 年 6 月 27 日（星期一）	將期中報告書繳交市府都發局。	發文字號：逢字第 1000022625 號
期末準備階段			
1	100 年 7 月 21 日（星期四）14:00-16:30	召開期中報告審查會，都市發展局何局長肇喜主持，本研究團隊計畫主持人楊副校長龍士進行簡報，協同主持人馬教授彥彬等人與會。	地點：臺中州廳中正廳 (臺中市西區民權路 99 號)
2	100 年 7 月 29 日（星期五）8:30-17:30	舉辦「提昇大臺中城市競爭力研討會」，研討會主席：臺中市蕭副市長家淇，與會貴賓：行政院經濟建設委員會黃副主委萬翔、南投縣陳副縣長志清等人。	地點：逢甲大學第九國際會議廳 (臺中市西屯區文華路 100 號)
3	100 年 8 月 3 日（星期三）14:30-16:00	召開本研究之事件經濟方案整合研商工作會議，主持人：市府都市發展局綜合企劃科鄭科長慶賢，本研究團隊與會人員：馬教授彥彬、林士峰專案經理。	臺中市政府都發局會議室 (臺中市西區民權路 99 號)
4	100 年 8 月 4 日（星期四）	市府來函期中報告審核通過會議記錄核發。	發文字號：中市都企字第 1000075120 號
期末階段			

1	100 年 8 月 10 日(星期三）10:10-12:00	召開「期末階段啟動會議」，由計畫主持人楊副校長龍士主持，研究團隊各分項主持人或助理出席會議，討論期末階段工作事項。	地點：逢甲大學人言大樓 802 室 (臺中市西屯區文華路 100 號)
2	100 年 8 月 11 日(星期四）	市府來函事件經濟方案整合研商工作會議記錄核發。	發文字號：中市都企字第 1000077824 號
3	100 年 9 月 7 日(星期三）	各分項專責主持人與助理繳交期末報告書初稿，並進行初步彙整。	
4	100 年 9 月 13 日(星期二）17:00-19:00	召開本案之研究團隊工作會議，由計畫主持人楊副校長龍士主持，檢視期末報告初稿之內容與格式。	地點：逢甲大學人言大樓 802 室 (臺中市西屯區文華路 100 號)
5	100 年 9 月 19 日(星期一）	各分項專責主持人與助理繳交期末報告書修正稿，並進行彙整。	
6	100 年 9 月 26 日(星期一）16:00-18:00	召開本案之研究團隊工作會議，由計畫主持人楊副校長龍士主持，檢視期末報告修正稿之內容與格式。	地點：逢甲大學人言大樓 802 室 (臺中市西屯區文華路 100 號)
7	100 年 9 月 30 日(星期五）	將期末報告書繳交市府都發局。	發文字號：逢字第 1000057982 號
8	100 年 11 月 9 日(星期三）09:30-11:50	召開期末報告審查會，都市發展局何局長肇喜主持，本研究團隊計畫主持人楊副校長龍士進行簡報，共同主持人賴教授美蓉等人與會。	地點：臺中州廳中正廳 (臺中市西區民權路 99 號)
9	100 年 11 月 23 日（星期三）	市府來函期末報告會議記錄核發。	發文字號：中市都企字第 1000124025 號
10	100 年 12 月 14 日（星期三）	將期末報告書修正繳交市府都發局。	發文字號：逢字第 1000066671 號
11	100 年 12 月 21 日（星期三）	市府來函期末報告(修正本)審核通過會議記錄核發。	發文字號：中市都企字第 1000139623 號

貳、提昇大臺中城市競爭力研討會

本研究已於期末階段舉辦一場「學術研討會」，由臺中市副市長蕭家淇擔任主席，與會貴賓則邀請到經濟建設委員會副主委黃萬翔、南投縣副縣長陳志清以及逢甲大學副董事長高承恕等人。由於本研究是以「事件經濟」與國際城市競爭力為主軸，因此本次研討會的舉辦方式分為兩個部份，首先乃是邀請到具有實際推動「事件經濟」經驗之學者及執行者來進行專題演講；其次則是針對推動事件經濟發展以提昇臺中市城市競爭力的各項議題進行文章發表，同時亦邀請到產、官、學等各界專家擔任文章發表的主持人及與談人。以下為本次研討會的內容以及各場次之參與人員，研討會完整記錄則如附件三。

一、主席與貴賓致詞

■ 主席：臺中市蕭副市長家淇

■ 貴賓：經濟建設委員會黃副主委萬翔

南投縣陳副縣長志清

逢甲大學高副董事長承恕

二、專題演講 (專題演講內容詳會議手冊)

■ 從 2010 上海世界博覽會之經驗探討城市競爭力的提昇與規劃

主講人：同濟大學教授，上海世博會總規劃師團隊創意總監－蘇運升

■ 從 2010 臺北國際花卉博覽會之經驗探討城市競爭力的提昇與規劃

主講人：臺灣大學教授，前臺北市副市長－林建元

三、第一場次文章發表 (文章發表內容詳會議手冊)

■ 主持人：逢甲大學　楊副校長龍士

■ 與談人：臺中市政府交通局　林局長良泰

臺灣區工具機暨零組件工業同業公會　卓理事長永財

■ 發表文章（發表人）：

1.事件活動重塑都市空間結構之契機（賴美蓉教授）

2.建構海空運中心以提昇都市競爭力研議（劉霈教授、林大傑教授）

3.臺中市發展會展經濟之研究（張峻嘉教授）

四、第二場次文章發表 (文章發表內容詳會議手冊)

■ 主持人：臺中市都市發展局　何局長肇喜

■ 與談人：臺中市觀光協會　陳總幹事文旭

東海大學景觀學系　侯教授錦雄

■ 發表文章（發表人）：

1.觀光行銷結合資訊科技整合應用（鄭明仁教授、穆青雲經理）

2.臺灣的媽祖遶境與文化觀光（王志宇教授、柯光任碩士生）

五、綜合座談

■ 現場提問與意見交流

第三章　國際都市層級及城市競爭力之研究

第一節　國際城市競爭力指標分析

壹、全球城市之定義及指標

全球城市（Global City），又稱世界級城市（World City），指在社會、經濟、文化及/或政治層面直接影響全球事務的城市。近年，基於全球化的擴張，全球城市漸漸為人熟悉。「全球城市」一詞由荷裔美籍學者薩斯基亞・扎森（Saskia Sassen）於 1991 年的作品中首創；歷來對其定義的角度隨各領域而不盡相同，整理如下表：

表 3-1-1　全球城市的定義

	定義
維基百科	國際性、為人熟知（如，一般說「巴黎」而非「法國巴黎」）。
	積極參與國際事務且具影響力（如，紐約市是聯合國總部所在地）。
	相當大的人口（都會區中心至少要有 100 萬人口）。
	至少一個重要的國際機場（如倫敦希斯洛機場、東京成田國際機場）。
	先進的交通系統，如高速公路；多元化的運輸模式，如東京地鐵、紐約地鐵。
	先進的通訊設備，如光纖、無線網路、行動電話服務。
	亞洲城市要吸引外來投資，並設有相關的移民社區，例如：新加坡和香港。
	西方城市設有國際文化社區（如唐人街、小義大利、小東京等移民社區）。
	國際金融機構、公司總部和股票交易所，並對世界經濟起關鍵作用。
	蜚聲國際的文教機構，知名博物館和大學，如羅浮宮、大都會博物館。
	濃厚的文化氣息，如電影節、交響樂團、歌劇團、美術館和街頭表演者。
	強大有影響力的世界性媒體，如 BBC、CNN、紐約時報、華爾街日報、泰晤士報、讀賣新聞、世界報、國際先驅論壇報、美聯社、法新社和路透社。
	強大的體育社群，及舉辦國際體育盛事的能力和經驗，如奧運會、世界盃。
	在近海城市中，擁有大型且繁忙的港口，如東京、紐約及新加坡。

Peter Hall (The World Cities, 1960)	政治權力中心
	國家的貿易中心
	主要銀行的所在地與國家金融中心
	各類專業人才匯集之地
	資訊匯集與傳播的中心，擁有發達的新聞媒體與出版業總部的聚集
	擁有眾多人口，且其中包含相當比例的富有階級
	隨著製造業向海外擴張，娛樂業成為城市另一項主要的產業
Saskia Sassen, 1991	發達的金融和商業服務中心，重要國際經濟組織的所在樞紐
	城市內專業與服務導向的企業取代傳統的製造生產，成為產業經濟的主體
	處於產業鏈中生產與創新的領導地位
	擁有商品與創新的市場
Friedman, 1986	主要金融中心
	跨國公司總部（包括地區性總部）
	國際化組織
	商業服務部門的高速增長
	重要的製造中心
	主要交通樞紐
	人口規模

資料來源：維基百科、Peter Hall(1960)、江啟臣（2006）

在全球城市指標方面，全球化與世界級城市研究小組與網路（Globalization and World Cities Study Group and Network，GaWC）（以下稱 GaWC）是研究持續性全球化國際關係的實體組織，創立於 1999 年，以英國拉夫堡大學為基地，嘗試為世界級城市定義和分類，並以量化研究方法研究全球城市之特徵，提出全球城市之評比指標，以此指標為全球五大洲各城市分類其城市階層及城市定位。全球城市的指標亦利用城市內各領域企業的服務準則來建立全球城市名冊（A Roster of World Cities），GaWC 以各領域企業之區位及地理模式等研究全球城市的形成，透過研究各城市的企業格局，獲得城市內各領域服務的相對重要性，再透過這些相對重要性以評估全球城市的整體性地位。

GaWC 的全球城市指標建立程序包括下列三階段：一、尋找城市在所存在企業服務區位方面的全球競爭力；二、聚焦於城市，尋找企業部門的全球服務中心；三、以不同程度的整體企業服務供給情況來整合全球服務中心。透過多樣的調查方法，如貿易名錄、及全球網絡搜索等，GaWC 已藉由城市服務能力的估計，成功地建立四項顯著企業服務指標，分別為「城市會計（Accountancy）」,「城市廣告行銷（Advertising）」、「城世銀行/金融（Banking/Finance）」及「城市法律（Law）」（如表 3-1-2 所示），透過這四項顯著企業服務指標，將城市以工作空間大小及

重要性準則分為「首要（Prime）」、「主要（Major）」及「次要（Minor）」等三層級（如表 3-1-3 所示），並根據三層分級計算權重給分，每一城市企業服務指標給分標準從「0 分（不合格）」到「3 分（首要中心）」，總合四項顯著企業服務指標之分數即代表一個城市的「世界城市指數（World City-Ness）」，最高可達 12 分。舉例來說，倫敦總分為 12 分，因此在四項顯著企業服務指標皆為首要中心（Prime Centre）等級，威靈頓、紐西蘭得分為 1 分，只於廣告行銷方面獲得次要（Minor）等級，表 3-1-4 即顯示從倫敦到威靈頓全球 122 城市所分配的 12 分層全球城市指數，GaWC 的全球城市名冊即以權重給分估算總合建立全球（世界級）城市的三個級別及數個副排名，共十二項階層。

表 3-1-2　GaWC 全球城市服務指標系統

全球城市服務指標	指標細項內容
全球會計服務中心 Global Service Centres in Accountancy	整體人口數量 The Overall Population
	人口、聚居地、流動性及城市化 Population, settlement, mobility and urbanization
	個人財富，如億萬富翁數目 Personal wealth, such as the number of billionaires
	多個會計事務所辦事處 Two or More Offices
	詳細的訊息交流 More Detailed Information
全球行銷服務中心 Global Service Centres in Advertising	卓越的基礎建設 Excellent Infrastructure
	卓越交通建設 Excellent Transportation Construction
	重要的科技效能基建 Important Performance of Technological Infrastructure
	重要的教育設施 Important Educational Facilities
	重要的研究設施 Important Research Facilities
	重要的健康設施 Important Health Facilities
	世界宗教的參拜聖地 World Religion Sites
	國際組織的總部 Headquarters of International Organizations
	擁有聯合國歷史及文化遺產 With History and Heritage of United Nations
	高素質的文化設施 High-Quality Cultural Facilities

	旅遊生產力 Tourism Productivity
全球金融服務中心 Global Service Centres in Banking	城市/區域的國內生產總值 Dross Domestic Product in Urban / Regional
	股票市場 Stock Market
	跨國公司的總部 The Headquarters of Multinational Companies
	金融服務供應 Financial Services
	就業情況 Employment
全球法律服務中心 Global Legal Service Centres	城市法律原則 legal Principles in City
	城市法律組織 legal Organization in City
	法律事務所品質與數量 Quality and Quantity of the Law Firm
	全球性的律師事務所總部所在 Global Headquarters of Law Firm
	海外法律分支機構 Overseas Legal Offices

資料來源：本研究根據 GaWC 全球城市企業服務指標整理，2008

表 3-1-3　GaWC 企業服務指標重要性評定準則名單

全球會計服務部門 Global Accountancy Service Sector			全球廣告行銷服務部門 Global advertising Service Sector		
PRIME	**MAJOR**	**MINOR**	**PRIME**	**MAJOR**	**MINOR**
Atlanta	Amsterdam	Adelaide	Chicago	Amsterdam	Auckland
Chicago	Auckland	Antwerp	London	Athens	Bangalore
Dusseldorf	Berlin	Arhus	Minneapolis	Barcelona	Bangkok
Frankfurt	Birmingham	Baltimore	New York	Boston	Beijing
London	Boston	Bologna	Osaka	Brussels	Bogota
Los Angeles	Brisbane	Calgary	Paris	Caracas	Bucharest
Milan	Brussels	Caracas	Seoul	Copenhagen	Budapest
New York	Cologne	Columbus	Tokyo	Dusseldorf	Buenos Aires
Paris	Copenhagen	Detroit		Frankfurt	Cape Town
Sydney	Dallas	Dresden		Helsinki	Dallas
Tokyo	Hamburg	Dublin		Hong Kong	Detroit
Toronto	Hong Kong	Geneva		Istanbul	Dublin
WashingtonDC	Houston	Genoa		Lisbon	Geneva
	Jakarta	Gothenburg		Los Angeles	Hamburg
	Johannesburg	Helsinki		Madrid	Jakarta
	Lyon	Kuala Lumpur		Melbourne	Johannesburg
	Madrid	Leeds		Mexico City	Kuala Lumpur
	Manchester	Lille		Milan	Lima
	Melbourne	Luxembourg		Prague	Manila
	Mexico City	Marseille		San Francisco	Miami
	Montreal	Miami		Santiago	Montevideo
	Moscow	Minneapolis		Sao Paulo	Montreal
	Munich	New Delhi		Singapore	Moscow

	Osaka	Oslo		Stockholm	Mumbai
	Philadelphia	Santiago		Sydney	New Delhi
	Rome	Turin		Toronto	Oslo
	Rotterdam	Utrecht		Vienna	Rio de Janeiro
		San Francisco		Zurich	Taipei
		Sao Paulo			Tel Aviv
		Seoul			Warsaw
		Singapore			Wellington
		Stockholm			
		Stuttgart			
		Taipei			
		Tel Aviv			
		The Hague			
		Vancouver			
		Zurich			

續表 3-1-3　GaWC 企業服務指標重要性評定準則名單

全球金融服務部門 Global Banking Service Sector			全球法律服務部門 Global Legal Service Sector		
PRIME	**MAJOR**	**MINOR**	**PRIME**	**MAJOR**	**MINOR**
Frankfurt	Bangkok	Abu Dhabi	Brussels	Almaty	Abu Dhabi
Hong Kong	Beijing	Amsterdam	Chicago	Bangkok	Amsterdam
London	Bogota	Barcelona	Hong Kong	Beijing	Athens
Milan	Buenos Aires	Boston	London	Berlin	Atlanta
New York	Caracas	Bratislava	Los Angeles	Budapest	Barcelona
Paris	Geneva	Brussels	Moscow	Cleveland	Boston
San Fancisco	Houston	Budapest	New York	Dallas	Bogota
Singapore	Jakarta	Cairo	Paris	Frankfurt	Bratislava
Tokyo	Johannesburg	Chicago	Singapore	Geneva	Brazilia
Zurich	Kuala Lumpur	Colombo	Tokyo	HoChiMinhCity	Buenos Aires
	Labuan	Dallas	Washington	Houston	Bucharest
	Los Angeles	Dubai		Kiev	Cairo
	Luxembourg	Dublin		Madrid	Caracas
	Madrid	Edinburgh		Mexico City	Dubai
	Manama	Glasgow		Milan	Dusseldorf
	Manila	Istanbul		Minneapolis	Guangzhou
	Mexico City	Lima		Prague	Hamburg
	Miami	Lisbon		Riyadh	Hanoi
	Montreal	Lyon		Rome	Istanbul
	Moscow	Melbourne		San Francisco	Jakarta
	Mumbai	Montevideo		Sao Paulo	Kansas City
	Prague	Munich		Seattle	Madrid
	Sao Paulo	New Delhi		Shanghai	Manila
	Santiago	Osaka		Sydney	Melbourne
	Seoul	Rio de Janeiro		Toronto	Munich
	Shanghai	Rome		Warsaw	Philadelphia
	Sydney	Tehran		Zurich	Richmond
	Taipei	Vienna			Rio de Janeiro
	Toronto				St Petersburg
	Warsaw				Santiago
					Stockholm
					Taipei
					Tashkent
					Tijiana

資料來源：GaWC, 2008

表 3-1-4　GaWC 定義的全球城市排名列表

城市層級	評分	城市
第一級(A)全球城市 ALPHA WORLD CITIES	12	London, New York
	11	Hong Kong, Paris, Singaore, Tokyo, Sydney, Milan, Shanghai, Beijing
	10	Madrid, Moscow, Seoul, Toronto, Brussels, Buenosares, Mumbai, Kualalumpur, Chicaco
	9	Warsaw, Saopaulo, Zurich, Amsterdam, Mexico city, Jakarta, Dublin, Bangkok, Taipei, Istanbul, Rome, Lisbon, Frankfurt, Stockholm Prague, Vienna, Budapest, Athens, Caracas, Losangeles, Auckland, Santiago,
第二級(B)全球城市 BETA WORLD CITIES	8	Washington, Melbourne, Johannesburg, Atlanta, Barcelona, San Francisco, Manila, Bogota, Telaviv, New Delhi, Dubai, Bucharest
	7	Oslo, Berlin, Heisinki, Ceneva, Copenhagen, Riyadh, Hamburg, Cairo,Luxembourg, Bangalore, Dalas, Kuwait, Boston
	6	Munich, Jeddah, Miami, Lima, Kiev, Houston, Guangzhou, Beirut, Karachi, Dusseldorf, Sofia, Montevideo, Nicosia, Rio De Janeiro, Ho Chi Minh City
第三級(C)全球城市 GAMMA WORLD CITIES	5	Montreal Nairobi, Bratislava, Panama City, Chennal, Brisbane, Casablanca, Denver, Quito, Stuttgart, Vancouver, Zagreb, Manama, Guatemala City, Cape Town, San Jose (CR), Minneapolis, Santo Domingo, Seattle
	4	Ljubljana, Shenzhen, Perth, Calcutta, Guadalajara, Antwerp, Philadelphia, Rotierdam, Amman, Portland, Lagos
	3	Detroit, Manchester, Wellington, Riga, Guayaquil, Edinburgh, Porto, Sansalvador, Stretersburg, Tallinn, Portlouis, Sandiego, Islamabad, Birmingham(UK), Doha, Galgary, Almaty, Columbus
High Sufficiency	2	Adelaide, Colombo, Lahore, Tegucigalpa, Vilnius, Phoenix, Hyderabad(Iidia), Cleveland, Glasgow, Dhaka, Monterrey, Tampa, Sanjuan, Hanoi, Tunis, Lyon, Leeds, Lapaz, Kansas City, Pittsburgh, Orlando, Belgrade, Charlotte, Osaka, Asuncion, Indianapolis, Canberra, Ceorgetown(CI), Accra, Managua, Bristol, Bologna, Baltimore, Nassau, ST Louis, Ottawa, Cologne
Sufficiency	1	Lausanne, Medellin, Sacramento, Milwaukee, Sanjose(CA), Richmond, Lasvegas, Christchurch, Memphis, Hamilton(BER), Jerusalem, Belfast, Chengdu, Krakow, Hartford, Port Alegre, Pune, Nashville, Basel, Honolulu, Daressalaam, Omaha, Raleigh, Newcastle, Lusaka, Reykjavik, Macao, Durban, Valencia, Curitiba, Leipzig, Aberdeen, Dresden, Marseille, Cali, Baku, Liverool, Ankara, Tianjin, Penang, Salt Lake City, Gaborone, Muscat, Nagoya, Austin, Harare, Winnipeg, Puebla, Nanjing, Kaohiung City, Tashkent, Dalian, Southampton, Tijuana, Tulsa, Seville, Edmonton, Rochester, Skopje, Strasbourg, Kingstn, Halifax, Labuan, Genoa, Utrecht, Birmingham, Bremen, Cincinnati, Johor Baharu, Tailisi, Nantes, Cardife, Hannover, Arhus, Abu Dhabi, New Orleans, Turin, Libreville, Chihuahua, Quebec

資料來源：本研究根據 GaWC 全球城市名冊整理（2008）

GaWC 利用簡單的邏輯標準來將城市劃分成不同類別的世界城市組成，以第一級全球城市來論，任何城市得 10 分或以上，必須在所有四個企業服務部門皆為首要或主要服務中心，若有一部門被評估為次要（Minor）服務中心，其他三個部門則必須皆被評為首要（Prime）中心。達成上述條件的 10 分或以上之城

市即為 GaWC 所訂定的 Alpha 最高級全球（世界）城市。而 Alpha 層級亦可分為 12 分（ALPHA++）、11 分（ALPHA+）、10 分（ALPHA）、及 9 分（ALPHA-）等四種等級。從 2000-2008 年的 GaWC 全球城市名冊（如表 3-1-5 所示）而論，倫敦及紐約皆位於 12 分（ALPHA++）的第一級全球城市；香港則位於 11 分（ALPHA+）的第一級全球城市，超越巴黎、東京及新加坡，新加坡也於 2008 年超越同層級的東京；臺北則位於 9 分（ALPHA-）的第一級全球城市，超越同級的羅馬、法蘭克福及洛杉磯。

表 3-1-5　2000, 2004 及 2008 年 Alpha 級全球城市排名

	2000	2004	2008
ALPHA++	**London**	**London**	**London**
	New York	New York	New York
ALPHA+	Hong Kong	Hong Kong	Hong Kong
	Paris	Paris	Paris
	Tokyo	Tokyo	Singapore
	Singapore	Singapore	Tokyo
			Sydney
			Milan
			Shanghai
			Beijing
ALPHA	Chicago	Toronto	Madrid
	Milan	Chicago	Moscow
	Los Angeles	Madrid	Seoul
	Toronto	Frankfurt	Toronto
	Madrid	Milan	Brussels
	Amsterdam	Amsterdam	Buenos Aires
	Sydney	Brussels	Mumbai
	Frankfurt	Sao Paulo	Kuala Lumpur
	Brussels	Los Angeles	Chicago
	Sao Paulo	Zurich	
	San Francisco	Sydney	
ALPHA-	Mexico City	Mexico City	Warsaw
	Zurich	Kuala Lumpur	Sao Paulo
	Taipei	Buenos Aires	Zurich
	Mumbai	San Francisco	Amsterdam
	Jakarta	Beijing	Mexico City
	Buenos Aires	Shanghai	Jakarta
	Melbourne	Seoul	Dublin
	Miami	Taipei	Bangkok
	Kuala Lumpur	Melbourne	**Taipei**
	Stockholm	Bangkok	Istanbul
	Bangkok	Jakarta	Rome
	Prague	Dublin	Lisbon
	Dublin	Munich	Frankfurt
	Shanghai	Warsaw	Stockholm
	Barcelona	Stockholm	Prague
	Atlanta	Mumbai	Vienna
		Miami	Budapest
		Budapest	Athens
			Caracas

			Los Angeles
			Auckland
			Santiago

資料來源：GaWC, 2008

對於第二等級之全球城市，GaWC 評定城市得分需達 6-8 分，這類城市至少在四項服務部門中有三項為全球服務中心，且至少在兩項服務部門中為首要（Prime）或主要（Major）中心，GaWC 則將其定義為第二級即「Beta」全球城市。代表的城市包括華盛頓、舊金山等。非洲的第一個全球城市約翰尼斯堡（Johannesburg）即為此一等級。在第三級全球城市方面，GaWC 將其定義為不確定性規模的「Gamma」全球城市，得分為 3-5 分；這類城市必須至少在兩個服務部門中具備一個全球服務中心。

在 122 個城市中，「Gamma」等級以上已佔 54 個城市，其餘的 68 個城市被 GaWC 評定為「具有世界城市形成過程的證據」(Evidence of World City Formation Processes)，但證據還不足以真正稱作「全球城市」的階段，故得分為 2 分以下，再細分成兩個級別。總而言之，GaWC 為全球（世界級）城市名冊創造了一個全球城市層級圖(如圖 3-1-1)，並提供有系統、可識別及可分類的經驗數據量化分析，做為後續探討全球城市相關議題的理論基礎。

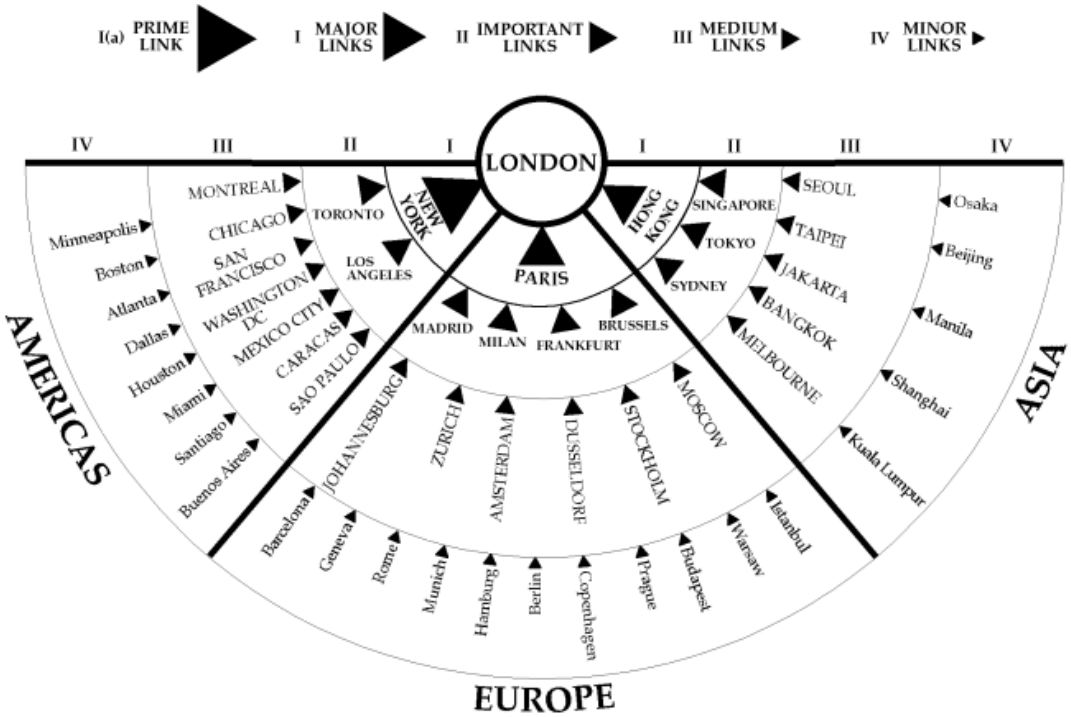


圖 3-1-1　GaWC 全球城市層級圖

貳、城市競爭力的定義與指標

一、城市競爭力的定義

城市競爭力意味著一個城市相對於其他城市的發展能力與特質;綜合歷來學者對城市競爭力的定義，整理如下表所示。

表 3-1-6　城市競爭力定義

World Economic Forum（WEF）	在永續的基礎上，能夠持續性的達成高經濟成長的能力。
European Commission, 2004	一個具有競爭力的經濟體，能使公民於可持續的基礎上，享有高度和具成長性的生活品質。
International Institute for Management Development, IMD	一國在其經濟與社會結構中，透過操控原有稟賦與附加價值的程序、對內吸引力與對外開拓力，以及國際化形塑國內型經濟，來增加附加價值，進而增加國家財富的能力。
Cellini, 2000	城市競爭力是創造、維持和迎上國際競爭，以達成相對高收入、高度就業率的能力。
Simmie et al, 2006	持續提昇商務環境、技術基礎，提高政治、社會及文化建設，以吸引和維護高成長、能創新、有營收的企業與高知識、具創意、富開創性的員工之能力；使企業和勞動者得以繼續創造高成長率、高生產力、高就業率、高薪資、高平均每人國內生產毛額和低社會不公平性、低社會邊緣感。
Meyerhoff, 2005	在完全競爭的態勢下，所有的公司充分利用資金和銀行利率來達成目標；未能充分利用者，則被迫退出市場
Mayerhof, 2005	城市競爭力是城市或市政府，經由提供利於成長的條件，以支持企業進入市場的能力，如基礎建設、人力資源、市場准入等。
Michael Porter	在國家層級上，競爭力的唯一意義就是生產力（productivity）。國家基本目標是提供人民高水準生活，實踐能力則來自於勞動與資本等國家資源所得到的生產力。
Kresl, 1995	都市競爭力不僅是經濟的成長，而是在經濟發展過程中，能創造出令人滿意的特質，包括 1.能創造高技術、高所得的就業機會、2.生產過程能注重環境品質、3.生產出的產品或服務應該有良好的特質、4.經濟成長率應適當提昇並同時達到充分就業、5.都市應專注於能主導未來的經濟活動，而不是被動的接受命運、6.都市應能提昇本身的都市階層。
Lever and Turok, 1999	都市競爭力除了經濟的成長外，也應包括公平及分配的效果、經濟的永續發展，因為若僅僅著重於經濟發展而犧牲環境的品質是非常不適當的。
吳濟華，1994	地方自主的程度愈高，都市間的相互競爭會愈明顯，各都市應積極競爭民間的人力、資金、技術與各項產業活動的引進。

資料來源：世界競爭力年報（IMD）、世界競爭力報告（WEF）、江啟臣（2006）

二、城市競爭力評比指標

從國際權威的競爭力評比機構「瑞士洛桑國際管理學院」（IMD）之「世界競爭力年報」與「世界經濟論壇」（WEF）的「世界競爭力報告」來看，國家之國際競爭力指標已具備相當穩固的基礎。IMD 的 4 項總體競爭力指標：經濟表現、政府效能、企業效能與基礎建設，分類明確。在 4 項總體要素之下，又針對五大個體經濟要素進行評比，包括：政府對競爭力的貢獻、創新、公司利潤、社區責任、基礎建設與人力資源等。這些要素的評比採用了 314 項評量基準（其中軟體占 113、硬體 201）來計算競爭力，足見 IMD 納入考量因素已相當具有全面性。而 WEF 則在原有的「企業競爭力指標」（Business Competitiveness Index, BCI）與「成長競爭力指標」（The Growth Competitiveness Index, GCI）基礎上，整合成立「全球競爭指標」（Global Competitiveness Index），WEF 將競爭要素區分為基本因素、效率加強因素與創新經濟因素，共計 12 項指標，來評估國家當前競爭力與成長競爭力（江啟臣，2006）。

城市競爭力是國家總體競爭力的一環，IMD 與 WEF 已建立起相當全面性的競爭力指標，在此一基礎上，若將空間縮小至城市範圍，則這些指標對於國家競爭力的詮釋，或可適用於衡量城市的國際競爭力。城市競爭力指標是由中國社會科學院與美、加、意等 8 國合作發表之「全球城市競爭力報告」提出，該報告利用人力資本、企業主體、產業競爭力、公部門競爭力、生活環境、商務環境、創新環境與社會環境等 75 個綜合指標，對全球 500 個城市進行評比。新的研究推翻傳統上被視為是影響城市競爭力的產業群聚（industrial cluster），而認為存在乘數效應與規模效益的「人力資本」才是城市競爭力的關鍵。因為人才匯集的地方能創造一個創新環境（江啟臣，2006）。以下將 IMD 及 WEF 的世界競爭力指標與評估方法分述之：

(一)瑞士洛桑國際管理學院（IMD）競爭力指標

1. IMD 世界競爭力指標

IMD 世界競爭力指標採用的標準是以 4 項主要因素及 20 項次要因素來計算，主要及次要因素如表 3-1-7 所示：

表 3-1-7　IMD 世界競爭力指標

指標	子因素	
經濟表現 Economic performance	國內經濟	Domestic economy
	國際貿易	International trade
	國際投資	International investment
	就業狀況	Employment
	價格	Prices
政府效率 Government efficiency	公共財政	Public finance
	財務政策	Fiscal policy
	體制架構	Institutional framework
	商業法例	Business legislation
	社會架構	Societal framework
商業效率 Business efficiency	生產力	Productivity
	勞動力市場	Labor market
	財務狀況	Finance
	管理措施	Management practices
	態度及價值觀	Attitudes and values
基礎設施 Infrastructure	基本的基礎設施	Basic infrastructure
	科技基礎設施	Technological infrastructure
	科學基礎設施	Scientific infrastructure
	衛生與環境設施	Health and environment
	教育設施	Education

資料來源：世界競爭力年報 The World Competitiveness Yearbook, IMD(2010)

2.　IMD 世界競爭力指標研究方法

IMD 世界競爭力年報（The World Competitiveness Yearbook, WCY）根據各國的能力為城市排名，以假設財富主要創造於企業層面（無論是私人或國有）為前題，試圖創造及維持一種使企業可以參與競爭的環境，這一領域的研究被稱為「企業競爭力」。然而，企業在強化或妨礙其國內外競爭能力的國內環境運作，此一領域的研究被稱作「國家競爭力」，這部分即涵蓋於 IMD 的世界競爭力年報（WCY）。

根據 IMD 和眾多著名學者的研究及經驗分析，IMD 世界競爭力年報的世界競爭力指標研究方法係將國家環境劃分為 4 項主要競爭力指標：經濟表現、政府效率、商業效率以及基礎設施。每一項主要競爭力指標包含 5 項子因素，IMD 世界競爭力年報即根據此 20 項子因素進行國家競爭力分析。

IMD 的 20 項子因素共包含 300 多個準則，但每個子因素包含的準則數

量不一（例如教育層面較價格層面需較多的準則來評估），每個子因素獨立於其所包含的準則數量，再將計算的權重分數合併為 5%（20 子因素 x 5% = 100%）。準則可以是能測量分析競爭力的硬體數據（如國內生產總值，GDP），亦可以為預測分析競爭力的軟體數據（如有能力主管的可利用性），硬體準則佔總排名的三分之二權重，軟體準則則佔全體排名的三分之一權重。此外，些許準則只適用於背景資料，換句話說這些準則不能用來計算整體競爭力排名（如 15 歲以下之人口）。最後聚集 20 項子因素所計算的評分，即為 IMD 世界競爭力年報的世界競爭力總排名評分。

(二)世界經濟論壇（WEF）競爭力指標

1. WEF 全球競爭力指標

WEF 的全球競爭力指標包括基本需求、效率促進以及創新複雜因素等三項指標，三項指標包含共 12 項子因素（The 12 pillars of competitiveness），詳如下表所示。

表 3-1-8　WEF12 項競爭力指標內容

指標	子因素	
基本需求要素 Basic Requirements	研究機構	Institutions
	基礎設施	Infrastructure
	宏觀經濟環境	Macroeconomic environment
	衛生及初等教育	Health and primary education
效率促進要素 Efficiency Enhancers	高等教育及訓練	Higher education and training
	商品市場效率	Goods market efficiency
	勞動力市場效率	Labor market efficiency
	金融市場發展	Financial market development
	技術儲備	Technological readiness
	市場規模	Market size
創新複雜要素 Innovation and Sophistication Factors	商業複雜度	Business sophistication
	創新要素	Innovation

資料來源: WEF, 2010

2. WEF 全球競爭力指標的研究方法

WEF 指標以發展階段及加權指數做為全球競爭力的評比方法，基本需求要素包含的四項子因素，是國家在發展驅動階段（Factor-Driven Stage）的關鍵發展要素；效率促進要素（Efficiency Enhancers）包含六項子因素，是國家在效率促進階段（Efficiency-Driven Stage）的關鍵發展要素；創新複雜要素（Innovation and Sophistication Factors）則包含二項子因素，為國家在創新驅動階段（Innovation-Driven Stage）的關鍵發展要素。

各分類指數於每一發展階段的權重分配，乃是根據每一分類指數（Subindex）估算每一國家的最大人均 GDP 而得出，每個階段的發展分配不同的估算係數，上述的經濟量估算形成權重的選擇如下表 3-1-9 所示。

表 3-1-9　三項主要分類指數於各發展階段的權重分配表

分類指數 Subindex	發展驅動階段 Fact-Driven Stage（%）	效率驅動階段 Efficiency-Driven Stage（%）	創新驅動階段 Innovation-Driven Stage（%）
基本需求要素 Basic requirements	60	40	20
效率促進要素 Efficiency enhancers	35	50	50
創新複雜要素 Innovation and sophistication factors	5	10	30

資料來源：WEF, 2010

(三)全球城市競爭力報告—城市競爭力指標

全球城市競爭力報告是由美國巴克內爾大學彼得・卡爾・克拉索教授與中國社會科學院財政與貿易研究所倪鵬飛博士帶領，與多國學者攜手研究完成。評比指標包括企業本體、產業結構、人力資源、硬件環境、軟件環境、生活環境、全球聯繫等七大指標，如下表 3-1-10 所示。

表 3-1-10　全球城市競爭力報告之城市競爭力指標細項內容表

一級指標	二級指標	三級指標
企業本體	企業文化	社會責任
		經營理念
	企業制度	最大股東比例
		管理層持股比例

	企業管理	外部監督
		財務管理
		發展戰略
	企業運營	研發投入比例
		生產製造技術水平
		市場廣度
	品牌	企業知名度
		產品知名度
	企業績效	股東回報率
		利潤增長率
產業結構	製造業	服務業比例
		製造業跨國公司的總部數量
	服務業	生產性服務業比例
		貿易、零售業跨國公司數量
		管理會計法律跨國公司數量
		廣告媒體跨國公司數量
	金融業	金融服務業比例
		金融業跨國公司的總部分布
		金融業跨國公司的分部分布
	高科技產業	軟件服務業跨國公司的總部
		高科技跨國公司的總部
		產業推動力量
人力資源	健康水平	人口的平均預期壽命
		每千名新生嬰兒死亡數
	文化素質	成人識字率
		大學以上學歷的人口數量佔人口比重
	勞動力狀況	勞動力人數
		勞動力佔人口比重
	人才狀況	每千人從事管理工作的人員數
		每千人從事高科技產業從業人數
	教育水平	大學數量
		著名大學分布
	人力成本	僱員收入
		生活成本
硬件環境	基礎要素	人均土地面積
		人均淡水量
		供電質量
		水價格
		電價格
		辦公室租金
	金融市場	資本市場
		貸款獲得
		有效匯率

		實際利率差
	科技創新	國際認可的專利數量
		國際論文發表數量
		著名實驗室和科技中心數
		國家技術設施
	市場規模	城市人口
		城市人均收入
		區域人均 GDP
		區域人口
軟件環境	市場制度	地方自主化程度
		經濟自由化程度
		產權保護程度
	市場監管	開辦企業
		申請執照
		註銷企業
	社會管理	日常管理
		應急管理
	公共服務	辦事效率
		市民滿意度
	戰略導向	發展經驗
		發展戰略
	稅賦負擔	繳稅次數
		繳稅時間
		繳稅比例
		腐敗成本
		加權平均關稅率
生活環境	自然環境	自然景觀
		氣候環境
	環境質量	二氧化硫排放量
		廢水處理率
		顆粒物
	購物環境	購物
		物價指數
	餐飲飯店	餐飲
		國際酒店集團
		酒店價格
	住房	人均擁有住宅數
		房價收入比
		住宿
	文化休閒	文化娛樂
		世界遺產
	社會治安	犯罪率
		恐怖主義導致的企業成本

全球聯繫	區位條件	區位便利度
		距世界城市的距離
		鐵路線數
		公路線數
	海運	貨物吞吐量
		泊位吃水深度
	航空	年起降架次
		機場客運量
		機場貨運量
	信息聯繫	企業網站反饋
		政府網站反饋
	居民聯繫	外國出生市民比例
		外國遊客占市民比例
	企業聯繫	跨國公司總部數
		跨國公司分部數

資料來源：行政院研究發展考核委員會（2010）

三、城市競爭力排名

全球城市競爭力報告（City Competitiveness）是一份由全球近百名學者和北京大學「中國社會科學院」等高校近百名研究生歷經一年多時間完成的城市競爭力權威報告。報告共評定 GDP 規模、人均 GDP、地均 GDP、勞動生產率、跨國公司落戶數、專利申請數、價格優勢、經濟增長率和就業率等 9 項指標，對全球 500 個城市的競爭力進行測度。

根據全球城市競爭力報告（2007-2008）顯示，全球綜合競爭力前 20 名的城市依次為：紐約、倫敦、東京、巴黎、華盛頓、洛杉磯、斯德哥爾摩、新加坡、舊金山、芝加哥、多倫多、首爾、波士頓、聖迭戈、奧克蘭（美）、赫爾辛基、馬德里、維也納、費城、休斯敦。前 20 名都是經濟規模、發展水準、科技創新、經濟控制力最強的城市，其中北美 10 個、歐洲 7 個、亞洲 3 個，這也權威地表明全球城市競爭力最強的區域依次是北美、歐洲和亞洲地區（全球城市競爭力報告，2008）。

根據全球城市競爭力報告（2009-2010）顯示，綜合競爭力排名前 10 位的城市依次為：紐約、倫敦、東京、巴黎、芝加哥、舊金山、洛杉磯、新加坡、首爾、香港。在排名前 50 名的城市中，美國佔 20 個，歐盟佔 16 個，中國佔 3 個。進入綜合競爭力 50 強的中國城市為香港（第 10 名）、上海（第 37 名）、臺北（第

38 位）。報告指出，全球聯繫和科技創新是 2009-2010 年影響全球城市競爭力最為關鍵的因素。此外，儘管新興工業化國家和地區的城市發展迅速，但歐美城市仍處於高端位置，金融危機並沒有動搖全球城市競爭力的基本格局（全球城市競爭力報告，2010）。

在全球城市競爭力報告中，臺北的排名之所以變動頗大，主要是因為臺北在大眾運輸及產業經濟發展等方面，都有相當程度的進展。首先，在交通運輸方面，整個大臺北地區的營運中的公車路線共有 421 條，平均每日載客 161 萬人次，並有 8 成以上的中短程路線加入了聯營公車系統。捷運系統方面，臺北捷運營運路線總長度 100.8 公里，平均每日運量已達 157 萬人次。對外交通，除了有多條高速公路與省道通往全國各地之外，亦有火車與高鐵也都行經臺北市並設站。在空運方面，也有桃園國際機場及松山機場設立於北部，以作為臺灣對國際交通網路的樞紐。其次，在產業方面，隨著經濟快速發展、以及高所得帶來的高消費能力及產業結構變遷，臺北的第三級產業佔整體產業比重近達九成，其中包含批發、零售、貿易、餐飲、金融服務、運輸倉儲、通信、工商服務等。服務業的盛行，讓臺北成為一座生活必需品相當容易取得的城市。另外，臺北設有內湖科技園區及南港經貿園區，目的在於發展資訊、生技研發以及產業開發，此兩座園區為北部的產業重鎮。由此可知，臺北無論是城市交通網絡、產業經濟，或是城市便利性，都相當發達，因此從 2007 年全球城市競爭力排名 112 名，躍進到 2009 年排名 38 名，臺北迅速發展也形塑其良好的城市競爭力。

表 3-1-11　大城市競爭力排名城市（全球 500 大城市評比）

城市競爭力排名	2005-2006 年	2007-2008 年	2009-2010 年
1	紐約	紐約	紐約
2	都柏林	倫敦	倫敦
3	倫敦	東京	東京
4	巴黎	巴黎	巴黎
5	法蘭克福	華盛頓	芝加哥
6	米蘭	洛杉磯	舊金山
7	布魯塞爾	斯德哥爾摩	洛杉磯
8	洛杉磯	新加坡	新加坡
9	哥本哈根	舊金山	首爾
10	巴塞隆納	芝加哥	香港
11	東京	多倫多	華盛頓
12	聖弗朗西斯科	首爾	休士頓
13	馬德里	波士頓	西雅圖

14	羅馬	聖迭哥	日內瓦
15	芝加哥	奧克蘭	都柏林
16	聖地牙哥	赫爾辛基	斯德哥爾摩
17	費城	馬德里	聖迭哥
18	華盛頓	維也納	波士頓
19	香港	費城	邁阿密
20	波士頓	休斯頓	聖何塞
備註	臺北 (48) 高雄 (77)	臺北 (112) 高雄 (227)	臺北(38) 高雄(123) 臺中(175) 臺南(196)

資料來源：全球城市競爭力報告（2007-2010）

參、全球最適居住城市（The World's Most Livable City）之指標

一、最適居住城市評選指標

全球最適居住城市以英國經濟學人資訊社（Economist Intelligence Unit, EIU）所作的調查排名最具參考權威性，其調查指標包括政治穩定（Stability）、醫療保健（Healthcare）、文化與環境（Culture and Environment）、教育（Education）、及基礎設施（Infrastructure）等 5 類分類項目，共 30 項指標（如表 3-1-12 所示）。根據英國經濟學人資訊社（EIU）2010 年針對 122 城市調查最新的宜居性排名，溫哥華以所有評比指標特別是低輕犯罪率皆為最佳之評比結果，成為世界最適居住城市，加拿大及澳洲則是因為良好的基礎建設、豐富的休閒活動及較低的人口密度；在前十名最宜居都市中，加拿大及澳洲即囊括 7 名的好成績（EIU, 2010）。

表 3-1-12　經濟學人資訊社（EIU）評分指標細項

分類項目 Category	指標 Indicator	參考來源 Source
政治穩定（安全性）Stability（weight: 25% of total）	輕犯罪率 Prevalence of petty crime	EIU rating
	重犯罪率 Prevalence of violent crime	EIU rating
	恐怖攻擊威脅 Threat of terror	EIU rating
	軍事威脅 Threat of military conflict	EIU rating
	內亂威脅 Threat of civil unrest/conflict	EIU rating

醫療保健 Healthcare （weight: 20% of total）	私營醫療服務的可用性 Availability of private healthcare	EIU rating
	私營醫療服務品質 Quality of private healthcare	EIU rating
	公共醫療服務的可用性 Availability of public healthcare	EIU rating
	公共醫療服務品質 Quality of public healthcare	EIU rating
	非處方藥之可用性 Availability of over-the-counter drugs	EIU rating
	一般保健指標 General healthcare indicators	Adapted from World Bank
文化與環境 Culture & Environment （weight: 25% of total）	溫度/濕度等級 Humidity/temperature rating	Adapted from average weather conditions
	旅客對氣候感受 Discomfort of climate to travellers	EIU rating
	腐敗程度 Level of corruption	Adapted from Transparency International
	社會或宗教的限制 Social or religious restrictions	EIU rating
	審查制度水平 Level of censorship	EIU rating
	體育活動可利用性 Sporting availability	EIU field rating of 3 sport indicators
	文化可利用性 Cultural availability	EIU field rating of 4 cultural indicators
	飲食 Food and drink	EIU field rating of 4 cultural indicators
	消費者商品及服務 Consumer goods and services	EIU rating of product availability
教育 Education （weight: 10% of total）	民辦教育的可用性 Availability of private education	EIU rating
	民辦教育品質 Quality of private education	EIU rating
	公共教育指標 Public education indicators	Adapted from World Bank
基礎設施 Infrastructure （weight: 20% of total）	交通路網品質 Quality of road network	EIU rating
	大眾運輸品質 Quality of public transport	EIU rating
	國際網絡聯結品質 Quality of international links	EIU rating
	優質住宅提供 Availability of good quality housing	EIU rating
	能源供應品質 Quality of energy provision	EIU rating

	水資源供應品質 Quality of water provision	EIU rating
	電信供應品質 Quality of telecommunications	EIU rating

資料來源：英國經濟學人資訊社，EIU

二、評分計算方法

最適居住城市的計算方法係根據準則權重評分，準則亦包含內容細項，使評分考慮到各類指標面向。指標評分在量化（quantitative）方面分為可接受（acceptable）、容忍（tolerable）、不舒服（uncomfortable），不良（undesirable）及無法忍受（intolerable）等五級標準。依據五級評分標準給予權重評分，評分 100 即指居住環境為理想狀態，反之評分 1 為不能容忍的居住環境狀態。綜合整理評分標準如下表所示（EIU, 2010）。

表 3-1-13　EIU 最適居住評分標準（EIU rating）

評分	評分標準	權重 (%)
80-100	城市的生活標準無任何或少許的挑戰及威脅 There are few, if any, challenges to living standards	0
70-80	整體而言日常生活狀況良好，但某些生活方面可能存在問題 Day–to–day living is fine, in general, but some aspects of life may entail problems	5
60-70	負面的因素衝擊到日常生活 Negative factors have an impact on day-to-day living	10
50-60	生活能力受到持續性的壓迫 Liveability is substantially constrained	15
50 or less	生活的大多方面受到嚴重的限制 Most aspects of living are severely restrict ed	20

資料來源：經濟學人資訊社

三、全球最適居住城市 2010 年排名

英國經濟學人資訊社（Economist Intelligence Unit）公布最新（2010 年）的全球最適宜居住城市排行榜，2010 年冬季奧運主辦城市溫哥華高踞榜首，亞洲城市以日本大阪的排名最高，排 13 位；兩岸三地中則以香港排名最佳，位列 31

位，臺北排名 62。中國有八個城市進入前 100 位，當中排名最高的是天津，列 72 位。英國經濟學人資訊社對全球 140 個城市進行生活環境評估，評比的領域包括政治穩定（安全性）、醫療保健、文化與環境、教育、基礎設施等五大類 30 個指標進行調查，加拿大溫哥華被選為最適合居住城市，以總分 98 分排首位，連續第五年名列前茅，主要原因是其低犯罪率、受恐怖主義威脅和不穩定因素威脅小，以及交通和通信設施非常完善（EIU, 2010）。

十大其餘城市依次是奧地利維也納、澳洲墨爾本、加拿大多倫多、加拿大卡加利、芬蘭赫爾辛基、澳洲雪梨、澳洲珀斯、澳洲阿德萊德及紐西蘭奧克蘭。11 至 20 名分別是瑞士蘇黎世、瑞士日內瓦、日本大阪、瑞典斯德哥爾摩、德國漢堡、加拿大蒙特利爾、法國巴黎、德國法蘭克福、日本東京及丹麥哥本哈根。至於兩岸三地中，以香港排名最佳，名列 31，中國八個城市躋進 100 大，分別是天津（72）、蘇州（74）、北京（76）、深圳（82）、上海（83）、大連（86）、廣州（89）及青島（99）。臺北排名 62，在教育項目獲得 100 分滿分，表現出色，醫療保健項目獲 83.3 分，基礎設施 82.1 分，政府穩定 80 分，最低分落在文化與環境項目，僅 75.2 分（EIU, 2010）。

表 3-1-14　2010 年十大最適居住城市排名

排名	評分	城市	人口	面積（km^2）	每人年均收入（NTD）
1	98.0	加拿大溫哥華	溫哥華市 578,041 大溫哥華地區 2,116,580	114.67 2,878.52	875,238(1:30.54)
2	97.9	奧地利維也納	1,680,266	414.65	869,836(1:43.18)
3	97.5	澳洲墨爾本	3,995,537	8,806	1,857,390(1:30.55)
4	97.2	加拿大多倫多	多倫多市 4,753,120 多倫多都會區 5,555,912	1,749 7,125	736,320(1:30.54)
5	96.6	加拿大卡加利	1,019,942	726.5	577,830(1:30.54)
6	96.2	芬蘭赫爾辛基	559,330	686	923,790(1:43.18)
7	96.1	澳洲雪梨	4,399,722	12,144	1,728,213(1:30.55)
8	95.9	澳洲珀斯	1,602,559	5,386	3,055,000(1:30.55)
9	95.9	澳洲阿德萊德	1,172,105	1,826.9	460,224(1:30.55)
10	95.7	紐西蘭奧克蘭	1,223,200	16,140	734,880(1:23.24)
		大臺中地區	2,640,320	2,214.6	263,142(主計處 2009)

資料來源：經濟學人資訊社（EIU）、各城市政府網站

肆、臺中市之競爭力指標

世界各國為提昇城市的治理能力，並追求永續環境，城市居住的環境品質和國家經濟發展自然成為各國重視的目標，而各項城市競爭力的評比也多依此為其參考依據。針對宜居城市的競爭力分析，主要是以經濟學人資訊社所作的調查排名具參考權威性，其強調以社會及政經因素為評量的範疇，包括政治、醫療、教育、生活環境等皆為考量的因子。然而除這些與居民生活相關的因素考量外，經濟發展亦是國家競爭力應重視的層面，洛桑國際管理學院 IMD 所做的城市競爭力指標即是重視國家經濟發展的能力，IMD 訂立的四項總體競爭力指標包括經濟表現、政府效能、企業效能與基礎建設，在四項總體要素之下，又針對五大個體經濟要素進行評比。

由於本計畫目的首重大臺中地區的事件經濟，為了提昇大臺中的城市競爭力，除檢視既有資源與現況問題之外，乃參考國際城市的成功範例，即本計畫所選取的標竿城市，藉以思考如何透過指標選取並推展新的行動方案，以帶動事件經濟的效益，進而提出新的規劃策略，因此本計畫除參考行政院研究發展考核委員會(2010)全球城市競爭力報告之城市競爭力指標外，亦將參考上述所提之經濟學人資訊社(EIU)最適居住城市指標以及 IMD 世界競爭力指標，同時，本計畫考量到事件經濟方案的可行性，因而需兼顧財務可行性、環境以及土地取得等層面，綜合這些條件後，最後歸納建構一套適合臺中市且具國際標準的都市競爭力的指標系統，以作為事件經濟方案的評選標準，最後歸納之指標內容包括政府效能、經濟條件、生活環境、基礎設施等四個構面，如下表所示：

表 3-1-15　臺中市競爭力指標及其考量因子

一級指標	二級指標	說明
政府效能	公共財政	方案所衍生之相關成本對於目前財政的負擔程度
	組織體制	目前政府組織體系對於方案涵蓋的完善度
	資源整合	方案所運用或影響之資源在整合上的難易度
	執行效率	方案落實之前瞻考量，在執行上可預期完成效率的高低
經濟條件	產業結構	在地產業與方案契合度之高低
	價格結構	方案中所能衍生之產品價格接受度與普及度的高低
	投資吸引力	方案刺激民間參與投資或創造相關機會的高低

生活環境	環境衛生	方案對於整體環境影響的優劣程度
	民眾參與	方案引起民眾興趣或參與的多寡
	文化教育	方案對於都市文化與教育影響之程度高低
	休閒娛樂	方案能營造多元休閒娛樂可能性之高低
基礎設施	場地支應	方案所需之活動空間場館、住宿目前或未來的用地取得或供給難易度
	大眾運輸	方案對於大眾運輸需求量的多寡
	信息聯繫	方案對於訊息溝通聯繫模式的順暢度

第二節　標竿城市之國際層級與競爭力分析

本計畫以全球城市、城市競爭力、及最適居住城市等三項全球性評比指標做為國內外案例選取之標準，經過城市層級、競爭力環境條件、競爭力策略、及事件經濟經驗等面向考量，以新加坡、韓國首爾、及上海等三大城市，做為本研究研擬提昇城市競爭力策略方案之標竿城市（Benchmark City）。分析這三座城市的競爭力條件與特質，此三座城市不僅經 GaWC 評定為第一級全球城市，也因舉辦過國際型活動而世界知名。根據全球城市競爭力報告，首爾從 2007 年的第 12 名躍升到 2009 年的第 9 名，新加坡則同位於第 8 名，上海則從 41 名躍升到 37 名，可知此三座城市在競爭力排名上皆有不錯之表現，首爾及上海更有長足進步，而上海於 2010 年舉辦世界博覽會，帶動城市經濟發展，其活動舉辦經驗值得借鏡，因此被列入本研究之標竿城市。就其優越之處而言，這三座城市各有其獨特的城市定位與特色。首先，新加坡是以金融、服務、航運、及城市綠化保潔等項目塑造其城市競爭力。其次，首爾是以產業經濟、城市行銷、綠色城市、文化城市、設計之都等策略站在世界級城市之中心樞紐位置。而上海則是在金融服務、及法律服務皆獲得主要（Major）中心的全球角色定位。雖然各城市都因其不同的文化歷史背景而有不同的城市發展方向，然而不變的是，國際活動的舉辦會讓城市在數年間快速建設與成長，透過國際活動更能使城市行銷於世界。

根據全球城市競爭力報告，歐美國家的部分城市在排名上一直榜上有名，如美國紐約從 2005 年到 2009 年，其皆位於城市競爭力排名之首，因此歐美城市於城市治理、環境品質、生活機能等部分確實有值得學習之處，然歐美城市除地處偏遠，環境背景差異頗大，近期也缺少事件經濟之經驗，因此歐美城市不列入本研究參考之標竿城市。針對亞洲區域而言，東京的城市競爭力排名也相當卓越，但其於近兩年甚少舉辦大型國際活動，考量本研究目的之需要，因此亦不列入參考。新加坡、首爾及上海，不僅與臺灣同樣位在亞洲區域，其在城市競爭力上的表現及城市特質都相當優秀且獨特，不僅城市排名躍進，近期也皆舉辦過大型國際活動以增進城市經濟發展，強化城市競爭力，基於此，為符合本研究以事件經濟為主軸，特將此三座城市列為參考之標竿城市。

就事件經濟而言，其所帶動的效益，不僅是經濟層面，其他尚包括政策的執行、凝聚民眾意識、環境的改善、提昇生活水準等等，而臺中市在經歷合併升格

的轉型時刻後，緊接而來的磨合時期也將使臺中市面臨許多考驗，然而當政府與民眾期望能在此階段提昇臺中市的國際競爭力時，就亟需可供借鏡之良好案例。此外，臺中市代表臺灣爭取 2017 年東亞運的舉辦權，為了引領大臺中地區的整體發展，適當的事件經濟經驗也是我們所深刻需要了解的。基於此，在近兩年舉辦過國際賽事活動的城市，包括 2010 年首爾的世界設計都市博覽會，以及 2010 年的上海世界博覽會，將是本研究參考的事件經濟之一，而香港在 2009 年舉辦的東亞運，則是為距離現今最近的東亞運，亦成為本研究的參考案例，詳細內容將於第五章進行闡述。

就新加坡、首爾及上海而言，以下表 3-2-1 所示，新加坡經 GaWC 評定為第一級全球城市（Alpha+），在廣告行銷、金融服務、及法律服務等分項獲得主要（Major）及首要（Prime）中心的全球角色定位；在城市競爭力評比方面，新加坡則以金融、服務、航運、及城市綠化保潔等項目塑造其城市競爭力。

韓國首爾經 GaWC 評定為第一級全球城市（Alpha），在廣告行銷及金融服務等分項獲得首要（Prime）及主要（Major）中心的全球角色定位；在城市競爭力評比方面，首爾以產業經濟、城市行銷、綠色城市、文化城市、設計之都等策略站在世界級城市之中心樞紐位置。

上海經 GaWC 評定為第一級全球城市（Alpha+），在金融服務、及法律服務皆獲得主要（Major）中心的全球角色定位；本研究以上海 2010 年舉辦世界博覽會之經驗做為事件經濟研究之參考。以下根據地理、人口、經濟、交通、及城市競爭力等項目分述新加坡、首爾、及上海等三大城市。

表 3-2-1　全球性競爭力評比項目排名

全球性評比項目	全球城市					城市競爭力	宜居城市
	總體評比	會計服務	廣告行銷	金融服務	法律服務		
新加坡	第一級全球城市(Alpha+)	次要中心(Minor)	主要中心(Major)	首要中心(Prime)	首要中心(Prime)	8(2008) 8(2010)	None
首爾	第一級全球城市(Alpha)	次要中心(Minor)	首要中心(Prime)	主要中心(Major)	None	12(2008) 9(2010)	None
上海	第一級全球城市(Alpha+)	None	None	主要中心(Major)	主要中心(Major)	None	None

資料來源：Globalization and World Cities Study Group and Network(GaWC, 2010)、全球城市競爭力報告(City Competitiveness, 2010)、Economist Intelligence Unit(EIU, 2010)

壹、南韓首爾（Seoul, Korea）

一、地理

首爾位於韓國西北部的漢江流域，處在朝鮮半島的中部。首爾南邊有港口城市釜山，北邊有位於北韓和中國境界的西北城市新義州，首爾的地理位置正在釜山和新義州中間。在東京、北京、上海、臺北等東北亞主要城市中，在地理位置上首爾亦位於中間。就城市規模而言，南北大約為 30.3 公里，東西大約為 36.78 公里, 總面積 605.41 平方公里，屬於一個大型城市。

就自然環境而言，首爾位於被許多 500 米以上山峰所圍繞的盆地，自古即得益於得天獨厚的要隘位置，可以抵禦外來的侵略，保護城市的安全。圍繞首爾的山包括：北漢山（海拔高度 836m，首爾最高的一座山）、道峰山（740 米）、仁往山（338 米）、冠岳山（629 米）等為主要山脊而微彎地延伸著，且有保護總統官邸青瓦臺的北岳山（342 米）、以及在歷史上位於首爾南側而具有保護城市作用的南山（232 米）。

首爾西部是一片廣闊的京畿平原，既是韓國最大的平原地區，也是農業生產量最多的地方之一。從東往西橫貫流經的漢江，形成一個寬廣的「W」形式。過去，沿著這條江，麻浦、纛島等江浦口與鷺梁津、楊花渡、漢南渡、松坡渡、廣渡口等渡口形成了繁榮的地區。但是，隨著陸地交通發達，以及興建很多橫跨漢江的大型橋樑，首爾的浦口與小船已逐漸消失。沿著漢江下流堆積而成的沉澱物，形成了河中島、蠶室等目前超大型公寓園區與居住區的「島嶼」。其中之一即是被稱為「首爾的曼哈頓」的汝矣島，座落著摩天大樓與國會議事堂，並成為首爾主要財經機關及企業的據點。

此外，文化遺址等具有歷史意義的景點與一些行政機關座落在城市裏，沿著漢江分為傳承首爾傳統的「江北」，以及韓戰後在韓國政府成功推行以增長為主的經濟政策下，實現了被稱為「漢江奇蹟」的經濟發展，並打造成新型富裕階層的「江南」。除了漢江以外，首爾市還有一些在城市的歷史、文化發展的中心起著重要作用的大支流，包括復原而成為首爾市民親水環境休息空間的清溪川、以及深受市民喜愛的漢江支流中浪川等。

二、人口

首爾是大韓民國的首都，也是韓國最大的城市，不含溢出之衛星都市區、僅行政區內人口即達 1000 多萬，為世界上少見的巨大都市之一。若含溢出之衛星都市區所構成之首爾都市圈，包括仁川廣域市和大部分的京畿道，則人口已達 2300 萬，是全世界僅次於東京的第二大都市圈，更是韓國的經濟、科技和文化中心，其都市區內大型商圈數量和鐵道系統密度，皆居世界各大型都會區之前茅。目前近一半的韓國人口居住在首爾都市圈。

三、經濟

首爾是世界十大金融商業城市之一，世界上規模僅次於日本首都圈的第二大首都圈；消費水平世界第五，亞洲僅次於東京。2008 年，首爾被《福布斯》雜誌列為世界第六大經濟城市。首爾過去曾成功舉辦 1986 年亞洲運動會、1988 年夏季奧林匹克運動會和 2002 年世界盃足球賽。

(一)地理優勢

韓國因其所處地理條件，在東北亞國家間的貿易中擁有特別的優勢。韓國位於中國和日本中間，鄰近當世發展最具活力的經濟中心。從首爾到北京、上海、東京、大阪等國際大城市的飛行時間均不到 2 小時，且從韓國出發，飛行距離在 3 小時以內的、人口超過百萬的城市多達 43 個。

東北亞人口占世界人口的 1/4，而首爾即地處全球發展最具活力地區的中心。東北亞地區所創 GDP 占全球 GDP 的 1/4（2006 年為 22%），而且據預測，2020 年該比重將增至 1/3。這種地理優勢在歷史上也不無先例。古代韓國商人廣泛利用東北亞的絲綢之路，開闢了至東南亞、波斯、阿拉伯等國家和地區的新貿易之路。公元 10~14 世紀，高麗王朝開始了這一遠程貿易，現今韓國的英文名稱「Korea」就是源於高麗（Koryo）。未來首爾-元山、首爾-新義州及壤陽間的韓朝鐵路完成，首爾將可以通過陸路直接與中國大陸、西伯利亞及歐洲相連接，對韓國經濟又將是一大契機。

(二)產業經濟

首爾是首屈一指的高密度城市，其高密度人口營造了特有優勢，未來可望成為與環境和企業服務有關的最尖端產業中心。首爾爲了推進 21 世紀經濟發展，將數位內容產業、資訊通信產業、生物奈米技術產業、金融服務產業、設計時尚產業、旅遊會展產業等訂定爲六大新興成長產業，如下表所示。

表 3-2-2　首爾六大新興產業

六大新興產業	產業發展內容
數位內容產業 Digital Content	首爾以尖端的訊息通信技術爲基礎，提供强大的網絡基礎設施。首爾市向往的新生活方式與實驗精神、大都市的創新和文化生命力，爲數位內容產業的成長提供理想的環境。根據首爾開發研究所 2003 年進行的調查，首爾數位內容產業共有 25,637 家企業，總雇員數爲 302,806 人。儘管就業人數只占首爾總就業人口的 1.36% ，但專利卻占所有該領域專利的 48%，充分看出在這個領域裡集中了優秀的專業人才。
資訊通信產業 Information and Communications Industry (ICT)	訊息通訊產業是一項新興技術融合的高增長產業，已經隨着世界數位化快速增長。首爾在該領域比世界任何城市更具有潛力。例如，訊息通訊產業就業人數占首爾總勞動力的 4.1%（2004 年有 7,283 個家企業，199,370 名雇員）。所有韓國訊息通訊專利中 43%來自首爾的事實可以證明，高素質的人力資源集中於首爾，基於這一點，訊息通訊技術產業的高速增長趨勢有望持續。
生物奈米技術產業 Bio/Nano Technology	雖然生物奈米技術產業 2004 年的雇員人數只占首爾就業大軍總數的 0.5%，但其年均增長率爲 14.5%，僅次於數位內容產業。相對於數位內容產業，它的附加值高達 150%，是韓國發展最快的新興產業。由於生物技術產業和 IT 息息相關，且有廣泛應用，因此有望和 IT 及數位內容產業主導首爾經濟的未來發展。首爾是韓國生物技術最具競爭力的市場，40.7%的國內企業分布在首爾，而且整個專利中有 47%是由首爾市的企業申請的，由此可知，首爾在這一領域最具競爭力。
金融服務產業 Financial Service Industry	在國際經濟中東北亞國家的地位愈發顯著，且以區域集團形式的國家間經濟合作增多時，金融市場的規模也隨之擴大。爲應對這一趨勢，韓國政府已經提出若干宏大政策，强化首爾做爲東北亞國際金融中心的優勢。以 2005 年末為準，首爾市 35,165 家公司中，有 14.07%勞動人口從事與商務服務有關的行業。此外，實體經濟中，韓國比其它亞洲國家對國際金融的需求更高。
設計時尚產業 Design and Fashion Industry	韓國是世界第四大紡織品出口國，但曾經引領韓國出口的紡織產業，不再是以前的製造業了。具有高附加值的時尚設計業也是首爾的重點扶植產業，而且認識到設計可以做為產業的核心競爭要素後，首爾對此提供扶持，使得服裝設計成爲重點產業。 首爾設計產業的市場潛力巨大，因爲 50%的韓國紡織類製造商和 83%的批發商駐在首爾。然而，比起世界其它主要時尚服裝城市，首爾還缺乏競爭力。
旅遊會展產業 Tourism and Convention Industry	首爾市政府指明會展業是未來推進首爾經濟的一項重點戰略產業，也是提昇城市國際形象的最佳途徑之一。按照國際會議聯合會（UIA）的報告，首爾共舉辦 103 場國際會議，是世界第九大會議城市。 據此，首爾會展辦公室（SCVB）在市政府的支持下樹立了目標：到 2010 年成爲亞洲第一大、國際第五大最佳會議城市。爲成爲國際會議之家，幾所大學開設了會議專業培訓課程，甚至，一家國際會議高中已於 2005 年開課。 在旅遊方面，首爾指望成為一座海外遊客感受無任何不方便的城市。首爾市為每年吸引 1 千多萬海外遊客，制定了增强旅遊基礎

	設施的計畫。核心戰略是把漢江、清溪川、仁寺洞和南山等地變爲有生命力的旅遊勝地。

資料來源：首爾市政府網站 http://tchinese.seoul.go.kr/

(三)首爾五大經濟特區（Special Economic Zones）

1. 數位媒體城（Digital Media City）

韓國雖然已經躋身於尖端通信技術強國之列，但是仍需要開發能容納研究教育設施、扶持設施、展示和銷售文化內容等的尖端商務產業園區。首爾為了吸引全球先進的資訊媒體企業與扶持新生的企業，提出了建設具備最新寬頻設備的數字多媒體城之政策，於是在上岩洞一帶營建了結合生態環境與數位媒體產業的未來型數字多媒體城。

首爾數位媒體城（DMC）與 2001 年完工的世界杯體育場與世界杯公園、2004 年建成的公共高爾夫球場、外國人村等鄰近，也屬於千禧園區的一部分，其規模為 6 百 61 萬 2 千平方米，以營造世界最佳媒體和內容產業研究所、生產產品中心、流通中心爲目標。

表 3-2-3　數位媒體城基本資料

區位 Location	SangamNewMillenniumCity, Sangam-dong, Mapo-gu, Seoul
面積 Land Size	569,925 ㎡
成本 Cost	6.5 billion
計畫時程 Project period	2002-2014
目標業務 Target Business	媒體與娛樂有關的行業：廣播，電影，動畫，遊戲，音樂，數字教育，軟件和 IT 相關服務。 Media and Entertainment-related Industry : Broadcast, Movies, Animation, Games, Music, Digital Education, Software and IT related Service.

資料來源：首爾市政府網站 http://tchinese.seoul.go.kr/

2. 麻谷研發城（Magok R&D City）－環保型、知識型的研發中心

2007 年首爾爲構築新增長核心產業的高科技設施，開始推進首爾西南部麻谷洞的建設，且預計在 2013 年完工麻谷研發城（MRC）。而且，首爾市指定從麻谷洞到加陽洞 3.4k ㎡一帶要開發成亞洲研究開發中心城。

表 3-2-4　麻谷研發城基本資料

區位 Location	首爾市麻谷洞、加陽洞 Magok-dong and Gayang-dong, Seoul
面積 Land Size	569,925 ㎡
計畫時程 Project period	Period 2007-2031
目標業務 Target Business	研發(IT, NT, BT)，綠色能源產業，人力資源，市場行銷 R&D (IT, NT, BT), Green Energy Industry, HR, Marketing

資料來源：首爾市政府網站 http://tchinese.seoul.go.kr/

3.　九老-加山數位工業園區（Guro-Gasan Complex）

九老園區為韓國第一號工業園區，也帶動了 70 年代、80 年代以出口為主的經濟增長，九老園區（韓國進出口產業園區）自 2000 年更名為「首爾數據產業園區」後，改變了原來陳舊的工廠地區之形象，並發展成現代式高新技術密集型高科技術區。原來做為主導產業的纖維、縫製業等傳統製造業已經消失，而今資訊技術廠家（移動通訊、半導體、數位內容）密集如林，形成了具備高層公寓式工廠的新工業園區。

4.　東大門設計廣場/公園（Dongdamun Design plaza & park）

借助韓國首都首爾被選為「2010 年世界設計之都（WDC.World Design Capital）」，首爾又獲得了備受世界人關注的機會，可以藉此復原首爾的文化遺產，並發展為最高級設計旅遊地，從而提高首爾市民的自豪感與市民對設計的意識，並改善生活的質量。

首爾致力推廣「東大門設計廣場與公園（DDP）」為設計之都首爾的新地標，廣場與公園不但能提高首爾設計的競爭力，還將以設計做為媒介，促進文化、電影、建築、公演、軟體等產業的發展。

5.　首爾國際金融中心（International Financial Center, IFC）

首爾以建立國際金融中心做為首要市政規劃，不斷吸引世界知名金融業，已逐漸實現成為國際一流金融中心的理想。例如，首爾市籌得了在世界 130 個國家開設分公司的 AIG 世界金融保險企業投資款項，使 AIG 成為首爾市的投資合作伙伴。

表 3-2-5　首爾國際金融中心基本資料

區位 Location	首爾市永登浦區汝矣島洞 23-1
面積 Land Size	33,058 ㎡
成本 Cost	US $1.4 billion
計畫時程 Project period	2003-2013
目標業務 Target Business	金融機關、諮詢公司、法律事務所、會計師事務所、跨國公司的區域總部

資料來源：首爾市政府網站 http://tchinese.seoul.go.kr/

四、交通

首爾有金浦及仁川兩座國際機場；鐵路方面包括首爾站、龍山站、及清涼里佔等三大主要車站；較特別的是首爾市內的「韓國首都圈電鐵」及廣域聯絡的「KTX」、「京釜線」、及「湖南線」。

韓國首都圈電鐵是世界前五大載客量最高的鐵路系統，一天載客量可達 5 百多萬人次，服務首爾和周邊京畿道的首都圈。首都圈電鐵以首爾的八條地下鐵路為主，並輔以韓國鐵道公社的盆唐線及仁川地鐵的兩條路線，合共 11 條路線。現時整個鐵路系統裡，單單是韓國鐵道公社運營路段以外的地下鐵路線，其總長度已達 278 公里，且有一條新路線及多條路線的延長工程正在開展中。在廣域聯絡電鐵方面，韓國高速鐵道（Korea Train express, KTX）由韓國鐵道（Korail）運營，線路總長度為 420 公里，總投資金額為 120 億美元。車輛採用法國的 TGV 技術，最高時速可達 300 公里以上。此外，京釜線是韓國鐵道最重要的一條幹線，亦是歷史最悠久、而且使用率最高的鐵道路線，從首爾定時開往南部的主要城市釜山。湖南線則是連接韓國首都首爾和湖南地區（全羅道）的鐵路，全長 252 公里。

五、城市競爭力

除了六大新興產業及五大經濟特區之產業經濟競爭力優勢，首爾爲營造「潔淨而具有魅力的國際都市首爾」，市政府亦訂定了發展願景：「國際都市首爾」、「東北亞商務樞紐首爾」、「清新健康的綠色城市首爾」、「充滿文化氣息的城市首爾」、及「世界設計之都首爾」等五項發展願景。

(一)國際都市首爾－居住首爾，人人皆是首爾居民

首爾宣稱要全力發展成爲外國人最喜歡的最佳旅遊城市、擁有安祥快樂的城市環境、樂於投資的商業城市。為了向居住在首爾的外國人提供日常生活的支援與便利，特別建置首爾國際中心，並指定國際村和國際商務村。首爾還增設外國人學校與外國人專用醫院,並大幅擴大和加大力度扶持外國人住宅支援等，以提供便利的居住和經商環境。這座動感的文化城市，全年充滿精彩豊富的特色活動與藝術表演。另外，首爾號稱具備最便捷先進的地鐵和公共汽車等大衆交通體系，遠離犯罪且是最安全的城市生活環境，以及擁有世界最發達的高速網路和各種信息通訊技術（IT）服務，這種好環境條件對於企業具有高度的吸引力。不論是爲居住、旅遊還是以經商為目的而造訪首爾的人，首爾皆認定其皆已成為首爾的市民，而全力為其提供各方面最便利和完善的服務。

(二)東北亞商務樞紐首爾

首爾宣稱將全力提供與東北商務樞紐城市接軌的商務環境優勢。韓國因其所處地理條件，在東北亞經濟中佔據戰略性的優勢，並且擁有出類拔萃的人才，這種好環境條件為外資企業發揮各自優勢，創建許多有利的經商條件。

走向全球、面向未來的首爾市工作方向，號稱會把首爾打造成充滿活力和具備高生產性的城市。首爾市政府特別選出旅遊、數碼內容開發、時裝和設計、研發、會展、金融和流通服務等 6 大新增長動力產業領域。首爾市政府還指定國際金融地區，為入駐此地的國內外金融公司提供減免稅優惠、住房支援、工作支援、金融支援等各種服務。另外，東大門一帶通過構建「東大門設計廣場和公園」，使其提昇爲具世界水準的設計服裝商區。

首爾政府宣稱將把首爾市營造成一個極具創新和研發潛力的城市。通過構建信息通訊技術、奈米技術、生命工程等尖端產業園區，以吸引更多擁有世界性競争力的大企業、外國企業、研究所等入駐。

(三)清新健康的綠色城市首爾

首爾不僅名山環繞，而且擁有流經城市的江河，是世界上少數擁有得天獨厚優勢的城市之一。首爾市宣稱將從建成城市群的綠色軸為起點，力爭把整個首爾營造成綠意盎然的「綠色帶」，從而打造更加亮麗和清新的城市。

漢江將蛻變爲環保濱水空間，而南山將復原其生態系，變貌爲更潔淨而

具活力的自然空間。與此同時，將持續替換使用碳素燃料的大眾運輸系統，2010 年大眾運輸系統即全面採用天然氣的能源燃料。正因如此，首爾市的大氣質量水準，超越了大部分的其他亞洲城市，獲得「清新城市」的讚譽。除了空氣污染情況迅速得到改善，乘坐天然氣大眾運輸系統亦既便宜又安全，搭配連接大街小巷的首爾地鐵路線，以及迎著清新江邊氣息的自行車系統等，都使首爾民眾的生活更加舒適和便利。

(四)充滿文化氣息的城市首爾

首爾是擁有 600 年悠久歷史的古都，完善地保存著豊富的傳統文化與文化遺產，而同時還存在具有活力、現代感性的文化，使這座城市的傳統與現代交相輝映。近來亞洲掀起所謂韓國大衆文化之流行風潮－韓流，而首爾正是韓流的發源地。每年擁有數百萬遊客，爲觀賞和體驗韓國的連續劇、音樂、霹靂舞演出等而訪問韓國。

首爾市宣稱將全力為遊客與市民奉獻如水和空氣般的激發靈感之文化城市。在首爾的地鐵、公園、停車站、公共辦公大樓等設施上，隨時隨地可以看到詩句；在公共場所還能觀賞國樂、古典音樂、舞蹈、舞台劇等演出，這是首爾的獨特魅力。位於城市中心的清溪川爲文化與先進技術交相輝映的空間，而東大門一帶則蛻變爲設計和服裝、綠色帶等互相協調的綜合文化空間。

(五)世界設計之都首爾

七十年代首爾引領了韓國，使經濟突飛猛進增長，被譽爲「漢江奇蹟」。在被選為 2010 年世界設計之都後，首爾將借助「設計」產業創造新的奇蹟。爲此，「東大門設計廣場與公園」打造成首爾代表性的地標，首爾的街頭將融合和諧的藝術文化，發揚新穎的城市建設理念。借助設計首爾，不但要營造舒適而便利的城市環境，同時提高城市的品格與地位，樹立城市品牌，使首爾躍升爲世界最具活力和競爭力的設計都市。

貳、中國上海

一、地理

上海正當中國海岸線中心點，扼守長江口；地處太平洋西岸，亞洲大陸東沿，長江三角洲沖積平原前緣，東瀕東海，北界長江，南臨杭州灣，西與江蘇省和浙

江省接壤。全市面積 6,340.5 平方公里，占大陸總面積的 0.06%，南北最長處約 120 公里，東西最寬處約 100 公里，其中市區面積為 2,648.6 平方公里。上海正當我國南北弧形海岸線中部，交通便利，腹地廣闊，地理位置優越，是一個良好的江海港口。

上海市全境為沖積平原，僅西南部有部分火山岩丘。海拔平均高度在 4 米左右，地勢平坦，山脈少而低小。西部有佘山、天馬山等，但高度都在 100 米以下。上海市最高點是位於杭州灣內、距離海岸線 5 公里左右的海拔 103 米的大金山。

上海地處江南地區，水網密佈，濕潤多雨，水量豐富，河道及湖泊總面積 642.7 平方公里，河面率為 10.1%。上海河網基本屬於黃浦江水系。境內主要河流有黃浦江、吳淞江及川楊河、澱浦河、虬江等。黃浦江起自太湖[39]，全長 113 公里，流經市區，江道寬度 300～770 米不等，平均 360 米，為不凍河，是上海的水上交通要道和主要城市景觀組成部分。

上海境內轄有崇明、長興、橫沙 3 個島嶼，其中崇明島是由長江攜帶的大量泥沙沖積而成，東西約 80 多公里，南北寬約 10-15 公里，面積為 1041 平方公里，被譽為「長江門戶、東海瀛洲」，是世界最大的河口沖積島和中國大陸第三大島。

二、人口

由於大量人口遷入和外來流動人口增長迅速，上海人口總量呈現集聚和不斷擴大的趨勢。至 2009 年末，全市戶籍人口已增加到 1,400.7 萬人，占全國總人口的 1%。全市常住人口 1,921.32 萬人，其中外來常住人口 541.93 萬人。全市按常住人口計算的人口密度為每平方公里 3,030 人。此外，上海人口老齡化嚴重，到 2008 年，全市老年人口總數達到 286.33 萬人，達 20%，相當於全國平均水準的兩倍，與已開發國家水準相當。

上海人口的組成，主要由 1949 年以前的江蘇、浙江、廣東、安徽等移民群體和上海本地居民構成今天上海社會主體的上海人，此外還有一定數量的來自全世界的外僑。非中國國籍的人在上海的所佔比例為總人口的 0.081%，美國人最多，占其中的 23.6%。

三、經濟

上海是中國大陸經濟最發達的城市，2009 年經濟總量達 14,901 億元，第一、

第二、第三產業分別佔 0.7%、39.9%、59.4%，第三產業主要包括金融、房地產、保險、信息服務、商貿、餐飲以及運輸等。2009 年人均國內生產總值 11,555 美元，全年地方財政收入 2,540.3 億元，比上年增長 7.7%，GDP 總量也已超過香港。由於土地、勞動力成本日益升高，加之市政府經濟政策導向等原因，目前紡織業、重污染行業等低端製造業、勞動密集型產業開始逐漸遷往郊區、外省或關門停業，上海市整體產業結構進步明顯，已形成並逐漸鞏固自己的核心競爭力。

2009 年，面對國際金融危機衝擊和自身發展轉型的雙重考驗，上海經濟仍持續回升，全市生產總值 14,900.93 億元。近年來，上海將「結構調整」做為主攻方向，加快推進經濟發展方式的轉變。從產業結構看，2009 年第三產業比重比上年提高 3.4 個百分點，已連續 11 年保持在 50%以上。從就業結構看，2009 年末全市從業人員 1,057.79 萬人，比上年末增加 4.55 萬人。其中第三產業從業人員比重比上年提高 1.6 個百分點。從投資結構看，城市基礎設施建設投資保持快速增長，2009 年固定資產投資完成 5,273.33 億元，比上年增長 9.2%。其中，城市基礎設施建設完成投資 2,113.45 億元，增長 21.9%。在投資總額中，外商及港澳臺投資 617.9 億元，比上年下降 17.4%。從所有制結構看，非公有制經濟加快發展，全年非公有制經濟完成增加值 7,224.76 億元，占生產總值的比重達 48.5%，比上年提高 0.7 個百分點。

服務業支撐作用不斷增強。2009 年，上海批發和零售業、金融業、交通運輸倉儲和郵政業、房地產業、資訊傳輸電腦服務和軟體業五行業占上海市生產總值的比重超過 43.4%，比上年提高 3.8%。其中，金融業占 12.2%，批發和零售業占 14.7%，房地產業占 8.2%。

在金融業部分，2009 年上海金融業增值 1,817.85 億元，比上年增長 25.6%。金融機構加速集聚，至 2009 年末，上海有各類金融單位 787 家，其中在滬經營性外資金融單位數達到 170 家。存貸款規模擴大，2009 年末中外資金融機構本外幣存款餘額 44,620.27 億元，貸款餘額 29,684.1 億元。保險業穩步發展。全年原保險保費收入 665.03 億元，比上年增長 10.8%。要素市場功能不斷完善。全年上海證券交易所各類有價證券成交金額 44.19 萬億元，比上年增長 62.5%。其中股票成交額 34.65 萬億元，增長 92%。期貨、黃金和鑽石交易所交易總成交額分別達到 73.76 萬億元、1.1 萬億元和 15.21 億美元，分別比上年增長 1.6 倍、22.6%和 16.4%。

四、交通

上海的城市交通網路極為發達，總體呈立體化發展。擁有陸、海、空三大運輸途徑。公眾交通擁有軌道交通、公交汽車、輪渡多種模式。而大型橋樑、快速高架路、越江隧道、高速公路構成一個立體式的公路網。鐵路方面，擁有四個特等站、四個一等站，其中上海虹橋站為特等高鐵車站。航運則有內河、沿海和遠洋三大類，上海港是全球年輸送量第一的港口。

上海是大陸國內唯一擁有兩座國際航空港的城市。2009 年各種運輸方式完成貨物運輸總量 76,967.57 萬噸，其中鐵路 941.32 萬噸，公路 37,745 萬噸，機場 298.25 萬噸。旅客發送總量 11,136.25 萬人次，其中鐵路 5,161.07 萬人次，公路 2,995 萬人次，機場 2,890.38 萬人次。上海國際航運中心功能不斷增強。航運及輸運體系和航運服務體系建設加快推進，積極建設「國際航運發展綜合試驗區」。全年浦東國際機場、虹橋國際機場共起降航班 47.7 萬架次，進出港旅客達到 5,699.96 萬人次。至 2009 年末，上海已與 183 個城市通航，其中國際及地區的城市 96 個。由此可知，上海已成為中國大陸最重要的運輸樞紐之一。

上海港是大陸最大的港口，也是著名的國際中轉港。2009 年上海港貨物輸送量達到 5.92 億噸，繼續位居世界首位；國際集裝箱輸送量 2,500.2 萬標準箱，繼續位居世界第二。世界排名前 20 位的大航運企業在上海均已開通航線。

上海城市公交快速、便捷、經濟，是市民出行的主要方式。至 2009 年末，擁有市內公交線路 1,122 條，公交運營車輛 1.63 萬輛，市內公共交通客運總量 51.27 億人次；軌道交通運營線路 11 條，運營線路長 355.05 公里，日均客運量 361 萬人次。

五、城市競爭力

上海在 1949 年之前，就已是享有「東方華爾街」美譽的金融中心，1980 開放之後，上海仍繼續做為中國吸引外資的主要門戶，因此，可以說投資中國等於投資上海，上海是中國外資的門戶集散地。上海的城市競爭力可由以下幾點觀察。

(一)底蘊深且得天獨厚

1949 年以前，上海就是中國的商業金融中心、亞洲和遠東的國際金融中心，也是外國金融投資機構進入大中華區的首選。當年，上海金融市場發達、

金融工具品類繁多。除了證券市場以外，還擁有同業拆借、貼現等貨幣市場，內匯、外匯市場和標金（黃金）市場與大條銀（白銀）市場。在資本市場方面，上海當時是僅次於紐約和倫敦的全球第三大股票市場和第三大債券市場[1]。1949 年以後，上海的亞洲金融中心地位才被東京、新加坡和香港取代。

改革開放帶來上海的復興。1987 年 4 月 1 日，交通銀行在上海重新恢復對外營業。1990 年 11 月 26 日，上海證券交易所再度成立。上海金融市場開始恢復。進入 1990 年代後，上海再度鞏固了經濟，金融及貿易中心的地位。1993 年，浦東開發開放，加快了城市發展速度，當時城市口號稱作「一年一個樣，三年大變樣」。近年來，人均 GDP 連續保持每年 10%以上的增長。2005 年 8 月 10 日，中國人民銀行設立上海總部。到 2009 年年底，上證總市值為 18.3 萬億元人民幣，位居全球第五、成交金額居全球第三、新股發行募集資金總額居全球第六，並在近幾年吸引了眾多優秀的大型企業來滬上市融資[2]。2005 年 8 月，中國人民銀行上海總部在滬揭牌。目前總行設在上海的國有銀行有交通銀行、上海浦東發展銀行、上海銀行和上海農村商業銀行等，造就金融中心的地位，成為外資投入中國的重要門戶。

(二)做為崑山工業區的貨物出口港

上海的商港機能業已存在，緊臨崑山、蘇州工業區，並做為其商品的出口港，更為其產業發展帶來集聚效應，也是外資投資中國的門戶選擇。崑山市位於中國江蘇省東部、上海和蘇州之間，隸屬於地級蘇州市，其經濟高度發達，工業區成立於 1985 年，1992 年 8 月經國務院批准成為國家級經濟技術開發區，根據 2010 年 9 月國家統計局發布的最新數據，崑山名列 2005 年、2006、2007、2009 年度中國百強縣第一位，綜合競爭力列 2010 年全國百強縣市首位。2009 年崑山的 GDP 已達 2,927 億元，超過中國近一半的省會城市全市 GDP。臺灣知名大廠，包括富士康科技集團、統一企業、南亞電子、仁寶電腦、欣興集團、緯創資通、神達電腦、SHIMANO、科迪製冷 Kide、倫飛電腦、藍天電腦等，都在崑山設有廠區。

此外，原為 1994 年 9 月經國家科委批准設立的崑山國家級星火技術密集區，在 2010 年 9 月經國務院批准，崑山高新區升級為國家高新技術產業開發

[1]陸紅軍，上海國際金融中心定位初探，上海國際金融學院，2005。
[2]上海證券交易所。

區，形成以模具為特色的精密機械產業、以太陽能與風能為特色的可再生能源產業、以新型平板顯示為特色的電子信息產業的三大主導產業集群。崑山花橋經濟開發區亦於 2006 年 8 月被批准為省級開發區，大力發展四大產業：服務外包、金融機構後臺處理中心、製造業企業的區域性總部、物流採購中心。

(三)最早成為人民幣結算試點城市

2011 年 1 月 6 日，中國人民銀行出臺了《境外直接投資人民幣結算試點管理辦法》，旨在配合跨境貿易人民幣結算試點，便利境內機構以人民幣開展境外直接投資，規範銀行業金融機構辦理境外直接投資人民幣結算業務，因此，人民幣結算試點相當於做為對外投資的門戶。其實早在 2009 年，上海已先於全國率先實行人民幣結算試點，也是中國唯一以人民幣對外投資的門戶，而目前雖然放開全國承作此業務，然而，上海做為中國各大銀行的總行所在地，此一業務運作勢必仍將繼續依靠上海。

(四)總部經濟延續其中國經濟門戶地位

經過 1978 年以來經濟的發展，目前全球總部設在上海或者註冊地為上海的中國企業有寶山鋼鐵集團、中國石化上海石油化工、中國海運集團、上海汽車工業集團、上海國際港務集團、上海久事公司、上海實業集團、上海電力集團、中國東方航空、中國聯合網路通信集團、交通銀行、上海浦東發展銀行、中國太平洋保險集團、百聯集團有限公司、光明食品集團、中交建設上海振華重工集團、中國商業飛機公司等。此外，西門子、甲骨文、葛蘭素史克、聯合利華等大批跨國公司和花旗銀行、法國興業銀行、滙豐銀行等 17 家外資銀行也將中國總部設在上海。

2011 年 2 月 10 日，總投資額近 70 億元人民幣的 20 個投資專案集中簽約上海浦東康橋工業區，這將持續吸納地區性總部機構、研發機構落戶上海。按照規劃，該工業區預計到 2012 年實現工業總產值 1,000 億元以上，成為上海 5 家產值超千億元的開發區之一。此外，上海浦東新區也已規劃占地近 3000 畝的生產性服務業集聚區「上海總部灣」，致力打造成全球頂尖企業的研發中心、運營中心、銷售中心、物流中心等總部研發機構的聚集地[3]。

[3]上海市發展和改革委員會，http://www.shdrc.gov.cn。

(五)交通基礎設施發展領先中國其它城市

上海港是世界年貨櫃吞吐量最大的綜合性港口，穩居中國港口出入貨運量首位。目前，上海港港區幾乎覆蓋上海境內主要河流，並擁有優良的深水海港—洋山深水港區。以 2008 年為例，上海港擁有各類碼頭 1,200 餘個，萬噸級以上生產性泊位 137 個，碼頭線總長達 115 公里，年吞吐量達 58,170 萬噸，最大靠泊能力 15 萬噸級。除貨運外，上海港每月定期發出國內國際航班 2,258 次，其中國際航班 1,098 次。全年完成旅客接送量 82 萬人次，共接待國際班輪 94 班次，郵輪 58 班次，隨船出入境遊客達到 13 萬人次[4]。

上海的捷運建設也領先中國其它城市。上海軌道交通捷運於 1995 年 4 月正式開始運營，雖在北京、天津之後，是中國投入運營的第三個城市軌道交通網路，然而，經過 15 年的建設，目前上海軌道交通網路為世界總里程最長的軌道交通系統，也是中國內地最為便捷的城市地鐵網路[5]。現今的上海共有 12 條軌道交通線，1 條磁懸浮線路，1 條有軌電車線，運營總里程除磁懸浮和有軌電車線路外，達到 410 公里；除個別線路外，均採用最大標準的 A 型列車。此外，上海擁有世界上第一條商業運營的磁懸浮線路。

(六)成功申辦世界博覽會及各項高能見度國際活動

自 1990 年代以後，上海開始逐步承辦眾多重要國際會議和大型賽事，國際影響力進一步加強。1993 年 5 月 9 日，第一屆東亞運動會在上海召開。2001 年 10 月 21 日，上海承辦了亞太經合組織（APEC）第九次領導人非正式會議，2001 年 6 月 15 日和 2006 年 6 月 15 日上海合作組織成員國元首理事會第一次和第六次會議均在上海舉行。2007 年 10 月 2 日至 11 日，世界夏季特殊奧林匹克運動會在上海舉行。直到最近期，上海在 2010 年 5 月到 10 月成功舉辦了第 41 屆世界博覽會。

世界博覽會是由一個國家政府主辦，眾多國家和國際組織參加的超大型國際博覽會，是全球級別最高的綜合性展覽活動。它被譽為「經濟、科技、文化的奧林匹克」，是人類文明成果的全面展示。2002 年 12 月 3 日，中國上海以 88%的得票率在國際展覽局第 132 次代表大會上獲得 2010 年世界博覽會主辦權，已經象徵上海市的國際能見度與發展達到一定水準。此次的舉辦，

[4] 2009 年上海市年鑑。
[5] 上海地鐵，www.shmetro.com。

也打破二項記錄，包括歷史上最大的世博園區，總面積 5.28 平方公里；打破了有 170 多個國家參展的 2000 年德國漢諾威世博會紀錄，成為世博會歷史上參展國家和組織最多的一屆世博會，也成功地提昇上海的能見度。

當一個城市舉辦大型的活動，受惠的除了當地的旅遊業以外，也會間接影響城市基礎設施的提昇，如上海世博會的舉辦，讓上海的城市軌道交通將從 65 公里增加到 400 公里，也引進數量可觀的車輛與機電設備。另外，亦提供民眾許多工作機會。上海目前正在由一個現代化的國際大都市向世界級城市轉變，上海由此增強對城市基礎設施、服務業、交通運輸業、會展業、金融服務業和旅遊業等行業的整合能力，逐步邁向「21 世紀的世界級城市」。由此可知，世博會的舉辦也成為上海邁向國際城市的重要優勢。

(七)中央政策持續的大力支持

2009 年 3 月，由上海市政府提交數年的關於上海發展現代服務業和先進製造業、建設國際金融中心和國際航運中心的報告終獲國務院批准，出臺《國務院關於推進上海加快發展現代服務業和先進製造業建設國際金融中心和國際航運中心的意見》，換言之，從 2009 年開始，中國將傾全力打造上海成為國際金融中心。根據其目標，到 2020 年，基本建成與大陸經濟實力以及人民幣國際地位相適應的國際金融中心，以及建成航運資源高度集聚、航運服務功能健全、航運市場環境優良、現代物流服務高效，具有全球航運資源配置能力的國際航運中心。針對金融中心，上海將不斷豐富金融市場的產品和工具，這也意味著原先弱於香港的功能也將逐步獲得補足。

參、新加坡

新加坡共和國（Republic of Singapore），通稱新加坡，是東南亞的一個島國，也是一個城市國家。新加坡的國土除了本島之外，還包括周圍數島。1819 年，任職於英國東印度公司的史丹福·萊佛士與柔佛蘇丹簽訂條約，獲准在新加坡建立交易站和殖民地，經萊佛士努力，逐漸發展成繁榮的轉口港。由於地理位置特殊，新加坡在二次世界大戰以前一直是大英帝國在東南亞最重要的據點。1942 年至 1945 年間，新加坡曾被日本佔據三年半之久，其後回歸英國管轄。

新加坡在 1965 年獨立。在獨立前，新加坡已是東亞第四富裕的地區，僅次於英屬香港、日本和臺灣。獨立後，新加坡在四十餘年內迅速轉變成為富裕的亞

洲四小龍之一。新加坡是個多元種族的移民國家，也是全球最國際化的國家之一。在國內居住的居民有 42%不是新加坡公民，這是全球第六高的比率。新加坡的服務業就有 50%是外國勞工。它也是亞洲重要的金融、服務和航運中心之一。新加坡是倫敦，紐約和香港之後全球第四大金融中心。新加坡在城市綠化和保潔方面成果顯著，故有「花園城市」的美稱。

一、地理

新加坡位於馬來半島南端，毗鄰馬六甲海峽南口，其南面有新加坡海峽與印尼相隔，北面有柔佛海峽與馬來西亞相隔，並以長堤相連於新馬兩岸之間。新加坡的土地面積包括大陸與島嶼面積大約為 710.3 平方公里，從東到西約為 47 公里、南到北約為 23 公里，海岸線總長 180 公里，共有大小島嶼 50 多個，地勢起伏和緩，主島新加坡島的面積佔到 90%以上。新加坡很多地區都是填海產生，自 1950 年至今已經約有 20%的國土由填海產生。新加坡早期的移民多聚集在中南部的新加坡河出海口一帶，其他地區則大多是熱帶雨林或農業用地，但是除了少數的自然保護區，今天基本上都已城市化。由於缺乏大型縱深的河流，新加坡政府專門修建了多個蓄水池，用以收集平常降雨所帶來的水源，但還是無法滿足用水需要，因此目前接近 50%的水源是從馬來西亞進口。因此，新加坡政府積極開發其他水源，包括海水淡化以及再生水，以期大大降低對外來水的依賴（Singapore’s Year Book, 2010）。

二、人口

根據 2010 年統計數據，目前新加坡常住人口已達 507 萬人，其中 384 萬人屬於本國公民或永久居民（總稱「本地居民」），在本地居民中，新加坡華人佔 75.2%，馬來人佔 13.6%，印度裔（以坦米爾人居多）佔 8.8%，而歐亞混血人口和其他族群（包括峇峇娘惹）則佔 2.4%。因此，新加坡不僅是除香港旺角區、澳門和摩納哥之外，世界上人口密度最高的國家和地區，也是世界上除臺灣、中國大陸、香港、澳門以外，以華人為多數族群的地區。

新加坡的華人基本源自中國福建、廣東和海南等地，其中大部分是福建人，其次為潮汕人、廣府人、客家人和海南人等。加上近年來自中國的新移民數量日趨增長，華人文化結構也越來越複雜。

表 3-2-6　新加坡人口統計（2010 年）

人口統計資料	2010 年
總人口數 Total Population	5,076,700
人口年成長率(%) Annual Growth (%)	1.8
新加坡居住人口 Singapore Residents	3,771,700
居住人口年成長率(%) Annual Growth (%)	1.0
新加坡市民 Singapore Citizens	3,230,700
市民年成長率(%) Annual Growth (%)	0.9
新加坡常住人口 Singapore Permanent Residents	541,000
常住人口年成長率(%) Annual Growth (%)	1.5
新加坡人口密度(人/平方公里) Population Density (Per Sq Km)(for year 2009)	7,022
新加坡土地面積 Land Area (Sq km)(for year 2009)	710.3

資料來源：Singapore's Year Book(2010)

三、經濟

以人均國內生產總值（購買力平價）計算，新加坡在全球最富有國家中名列第四。1965 年後，新加坡經濟迅速成長，使之逐漸發展成為新興的已開發國家，並因此被譽為「亞洲四小龍」之一。在重工業方面，主要包括了區內最大的煉油中心、化工、造船、電子和機械等，擁有著名的裕廊工業區（Jurong Industrial Park）。國際貿易和金融業在機場經濟中扮演重要角色，是亞洲最重要的金融和貿易中心之一。此外，新加坡也是亞洲的區域教育樞紐，每年吸引不少來自中國和馬來西亞等地的留學生前來升學，為國家帶來豐厚的外匯和吸納許多人才。旅遊業也在總體經濟結構中占重要比例，遊客主要來自日本、中國、歐美地區和東南亞其他國家。

早期的新加坡是個眾多跨國公司在東南亞投資的首選地，得益於新加坡穩定的政局、廉潔高效的政府以及較低的成本。但是隨著人力成本的提高，以及東南亞其他國家的工商發展，新加坡的這些優勢逐漸喪失，許多工業、製造業紛紛外

遷，迫使政府開始考慮其他的發展政策。星國政府長期鼓勵私人創業，並因應中國及印度的崛起而調整經濟結構，鼓勵企業到新興工業國家拓展投資。

新加坡的旅遊業十分發達，每年來訪本地的外國遊客逾 900 萬人次，其中中國遊客人數增長最顯著，主要是由於政府減少了中國的公民簽證程序、以及延長逗留的時間所致。為進一步鼓勵旅遊業的發展，新加坡也非常重視廉價航空的發展趨勢；除了建立兩家私營的廉價航空公司外，也鼓勵馬來西亞、泰國、印度尼西亞和澳大利亞等國的廉價航空公司將新加坡列為目的地之一，也表示願意降低樟宜國際機場的費用。新加坡的國家收支狀況與經濟指標請參見下列兩表。

表 3-2-7　新加坡國家收支狀況（1999-2009）

年度 Year	國民總收入 Gross National Income (GNI) $	人均總收入 Per Capita GNI $	國民儲蓄 Gross National Saving$M	資本總額 Gross Capital Formation $M	生產總值 Gross Domesticm Product $M	固定資本額 Gross Fixed Capital Formation$M
	At Current Market Prices				At 2005 Market Prices	
1999	145,272.1	36,697	69,444.9	44,980.2	151,498.1	43,426.5
2004	176,583.6	42,380	73,995.0	41,425.8	194,410.8	43,958.7
2005	194,250.0	45,537	86,166.0	41,700.2	208,763.7	44,116.2
2006	219,382.7	49,844	103,697.6	47,928.1	226,802.8	50,550.4
2007	256,117.2	55,816	127,476.6	56,379.4	246,161.9	60,600.4
2008	271,562.3	56,115	132,592.7	81,919.4	250,549.7	68,830.9
2009	260,605.2	52,251	119,148.7	72,041.1	247,334.2	66,575.3

資料來源：Singapore’s Year Book(2010)

表 3-2-8　新加坡經濟指標（2009 年）

	Economic Indicators	**2009 年**
國內生產總值 Gross Domestic Product (GDP)	目前市場價格 At Current Market Prices ($m)	265,057.9
	人均 GDP Per Capita GDP ($)	53,143.0
	2005 年市場價格 At 2005 Market Prices ($m)	247,334.2
	GDP 年成長(%) Annual Growth (%)	-1.3
生產力與通膨 Productivity and Inflation	勞動生產率年均增長(%) Annual Growth in Labour Productivity (%)	-3.9
	年通貨膨脹率(%) Annual Inflation Rate (%)	0.6
製造 Manufacturing	總輸出（百萬元） Total Output ($m)	213,699.8

	製造業投資信託與服務(固定資產投資) Investment Commitments in Manufacturing & Services (Fixed Assets Investments)	11,753.9
	外商投資 Foreign Investments ($m)	8,385.6
財務狀況 Finance	貨幣供應量(百萬元) Money Supply (M1)($m)	93,472.1
	官方外匯儲備(百萬元) Official Foreign Reserves at end of yr ($m)	263,955.4
	平均匯率(1 美元) Average Exchange Rate (Per US$)	1.4545
對外貿易現值 External Trade at Current Prices	貿易總額(百萬元) Total Trade ($m)	747,417.3
	出口(百萬元) Exports ($m)	391,118.1
	國內出口(百萬元) Domestic Exports ($m)	200,003.1
	進口(百萬元) Imports ($m)	356,299.3
交通及通信 Transport and Communications	海運貨物吞吐量(萬噸) Sea Cargo Handled (Million Tonnes)	472.3
	空運貨物吞吐量(千公噸) Air Cargo Handled ('000 Tonnes)	1,636.6
	國際電話通話分鐘數(百萬) International Telephone Call Minutes (Million)	10,138.1
服務與旅遊 Services and Tourism	零售業銷貨額年增長率(固定價格)(%) Annual Growth in Retail Sales at Constant Prices(%)	-9.4
	旅客數量(千) Visitor Arrivals ('000)	9,682.7
	飯店入住率(%) Hotel Occupancy Rate (%)	75.8

資料來源：Singapore’s Year Book(2010)

四、交通

新加坡交通發達便利，交通產業佔全國 GDP 總產值的 10%左右。截至 2008 年，新加坡的貨櫃港口吞吐量年噸位為標準箱 2992 萬個，領先於香港，續居世界首位。目前，新加坡擁有 5 個機場，其中樟宜機場及實里達機場是國際民航機場；另外的巴耶利峇機場、三巴旺機場及登加機場等 3 個則用于軍事用途。新加坡的樟宜機場是東南亞乃至全世界最繁忙的機場之一，也是澳新至歐洲的袋鼠航線的最重要的一個中途站。做為亞洲最繁忙的 5 個機場之一，樟宜機場的年旅客數已經突破 3,000 萬人次，而且雖然已經有超過 20 年的歷史，卻依然被評為全世界最舒適的機場之一，目前擁有 4 個航廈和兩條跑道。此外，新加坡北部的實

里達機場(Seletar Airport，XSP)擁有一條長達 1,620 米的跑道，專門連接鄰近國家的旅遊景點的定期航班、團體包機或接待私人飛機，在 2005 年，有關當局計畫擴展跑道到 2,000 米，以接待波音 737 級數的客機，它是新加坡第一個國際民用機場。巴耶利峇空軍基地(Paya Lebar Air Base)，擁有一條長達 3,760 米的跑道，允許外國空軍到訪時使用。據了解，美國空軍經常在此空軍基地停留。新加坡另外還有三巴旺空軍基地(Sembawang Air Base)及登加空軍基地(Tengah Air Base)。

新加坡本島的公路完善，擁有十多條高速公路貫穿全島。此外公共運輸同樣發達，以地鐵、公共汽車與計程車為主。目前開通了 3 條地鐵線路，另有一條正在建造中；公共汽車路線上百條，由兩家客運公司經營，分別為新捷運及 SMRT 地鐵有限公司。丹戎巴葛火車總站是馬來亞鐵路網的最南端，由馬來亞鐵道公司特許經營，每日有班車往返新加坡及馬來西亞各城市。

私家車普及率在新加坡並不高，主要是由於政府的諸多限制措施。私人購車必須首先競標取得數量有限的擁車證，一張擁車證的價格就已經相當於一輛普通進口轎車的價格，而且擁車證的有效期只有十年。此外，新加坡也是全球第一個採用電子道路收費系統的國家，在進入市中心的道路上架設自動電子收費系統，在高峰時段進入市中心的車輛將自動付費。由於購買私家車的成本太高，再加上完善、方便的公共運輸網路，使得大多數新加坡人選擇不購買汽車，這也有效地解決了其他都市普遍存在的交通堵塞問題。

五、城市競爭力

新加坡除了整體環境舒適的印象，在其城市競爭力的優勢上，更以人性化的基礎建設、交通建設、及住宅建設等方面，使新加坡在多項國際評比都得到優良的成績，其主要競爭力包括了以下項目：

(一)新加坡城市行銷之策略

新加坡獨立後經過 40 年的努力，已經從昔日的海港，成功轉型為現代化的都市，無論在商業、財務金融、製造業、電信通訊、觀光業、會議及海路交通方面，全部都已經融入國際網絡中。其城市行銷之策略作法及推動策略如下表 3-2-9、表 3-2-10 所示。

表 3-2-9　新加坡城市行銷之策略作法

策略作法	內容描述
城市區域合作模式	新加坡採取中立策略，與馬來西亞、印尼合作，藉由其他國家的低廉人力與原料，創造新加坡優越的經濟表現。
城市類型（交通樞紐）	新加坡是東南亞地區聯繫歐洲、美洲、大洋洲的航空中心，航線通達54個國家、127個城市。從中國的北京、廣州、廈門、深圳等城市都可直航新加坡。新加坡樟宜國際機場是世界上最繁忙的航空港之一，也是東南亞最大的機場之一。新加坡交通發達，設施先進，有火車及巴士來往馬來西亞、泰國各主要城市。長途巴士總站設在新橋路，每天有數班車通往馬來西亞的吉隆玻、關丹、馬六甲等。

資料來源：行政院研究發展考核委員會

表 3-2-10　新加坡城市行銷之推動策略

推動策略	內容描述
經濟產業	新加坡藉由訂定優惠的投資條件，吸引大量外資進入，並積極投入基礎建設，讓新加坡成為國際運輸大港，並藉由參與自由貿易協定，拓展貿易空間。在新加坡的產業規劃政策方面，強化藝文、設計、媒體的連結，讓規劃的環境與過程中，政府與計畫相關單位簡化合作機制，培養公私部門之間的重要利益關係人，如：新加坡的「國家協同策略」，讓政府部會與法定主管機關、企業、金融機構、投資者、社群、非政府組織之間建立夥伴合作關係。
城市行銷	藉由建設摩天大樓、舉辦大型會議、F1賽車等，型塑新加坡特色，並在吸引世界眾人來此光觀與參與活動後，更建立回饋機制，藉由分析來客數、顧客滿意度等，以不斷提昇新加坡行銷能力。整體來說，新加坡在城市行銷的策略相當成功，根據統計其已經22年蟬聯ICCA、UIA亞太地區會議城市第一名，也贏得國際會議城市的美譽，加上其交通便捷，有現代化的機場、81家航空公司每週3,900行班往來，3.5小時內到達東協各國首都，更重要的是鄰近亞太地區市場。且城市內現代化設施完備、安全性高、軟硬體設施優良，整個城市以多元文化為主，兼具傳統與現代、東西方文化整合環境；最關鍵的是，新加坡政府的行政效率非常好，有專業的團隊如POC（Professional Conference Organizer，專業會展策劃者）、PEO（Professional Exhibition Organizer，專業展覽公司）、DMC（Destination Management Company，目的地管理公司）等，政府更提撥30%預算作為國際行銷、活動行銷及活動管理費用，並設立專職機構、支援與服務，如Singapore Tourism Board。

資料來源：行政院研究發展考核委員會

(二)開放天空以彰顯新加坡國際交通樞紐地位

新加坡樟宜機場2009年旅客總量3,700萬人次，在這3,700萬人次中有三分之一是轉機旅客，連不入境的旅客都願意停留至彰宜機場，且三個航廈合計能處理7,000萬人次旅客，換句話說，還可以吸納數千萬旅客人次，也不會有應付不來的窘境，此外第三航廈更於2009年獲得金枕獎（Golden Pillow Award）之最佳國際機場。其成功要素如下表所示：

表 3-2-11　樟宜機場競爭力策略

競爭力項目	內容描述
開放天空政策	新加坡採取「開放天空」政策，簽署超過 100 個航空運輸協定，並爭取延遠權（做為某兩國航線轉運站，可上客貨）擴充服務據點，強化區域空運樞紐角色；新加坡的作法，簡單來說就是「開放」。
友善機場環境	樟宜機場從旅客的立場規畫設施，無論是交通連結、報到登機、購物區、小孩遊戲場、價格合理的美食，都顯示這是個友善的機場，不管從那裡飛到新加坡，旅客都能感受到機場的貼心。
民間經營	新加坡政府把樟宜機場交給民間經營，執行效率及機動性更高，在人力掌控調度與管理方面亦較有效率。

資料來源：全球中央雜誌(2010)

(三)人性化之資訊通訊系統建構

新加坡是一個僅約 400 萬人口的小國，其資通訊技術已經成為經濟發展的重要引擎，也是推動生產力和各產業競爭力的基本要素。新加坡憑藉其領先的科學技術、經濟優勢，在電子政府建設方面，不但走在亞洲國家的前列，而且不少方面已經位居世界先進水準。新加坡政府部門的電子政府規劃經歷三個階段，如下表所示：

表 3-2-12　新加坡電子政府規劃

電子政府規劃	規畫內容
階段一	民事行政服務電腦化。從 1980 年到 1999 年，民事行政服務電腦化專案的初衷是透過有效使用資通訊技術，重點改善政府行政服務，包含辦公自動化和減少紙張的使用，從而大幅度地提高內部運作的效率。隨著時間的推移，發展成為了政府系統向私營部門的延伸，如貿易網、醫療網和法律網等。
階段二	2000 年到 2003 年的電子政府行動計畫 I（eGAP I），旨在實現所有政府服務的線上化，將新加坡打造成為全球電子政府領先城市之一。
階段三	電子政府行動計畫 II（eGAP II）自 2003 年實施以來，新加坡政府已成功為本國居民和企業提供了用戶友好、易於訪問和使用便捷的電子服務。

資料來源：行政院研究發展考核委員會

由新加坡電子政府規劃三階段可看出，透過電子政府系統的建置，帶來的好處包括環境保護、節省資源成本、提昇執行效率，以及縮短政府與市民的距離。到目前新加坡電子政府解決方案贏得了無數的獎項，包括憑藉線上企業執照服務系統獲得的 2005 年聯合國公共服務獎，在世界經濟論壇全球 IT 技術報告中，新加坡的電子政府指數連續 5 年（2002 年至 2006 年）排名第一，

其 2006 年的總體網路整備度世界排名第二，2007 年在埃森哲電子政務使用者服務完備度的評比中，新加坡超越加拿大，名列全球第一位。其成功的要素如下表所示。新加坡政府預計藉由該類計畫改善政府效率，並發展網路經濟，使整個國土轉化為一個蓬勃活躍的環球資訊通信大都會。

表 3-2-13　新加坡電子政府成功要素

成功要素	內容
政府主導，統一行動	新加坡的政府資訊化建設一直由政府起主導作用，每年都要投入大量的資金。進入 90 年代後，新加坡政府適時推出了「IT2000」計畫，又在 2000 年推出了「Infocom 21」（資訊通信 21 世紀藍圖）計畫，2001—2003 年，新加坡政府每年要為此投入 15 億新元作為引進資訊技術的專項經費，目標是在五至十年間內把新加坡建設成為一個全球資訊和通訊技術的首都，使新加坡成為世界上最大的資通訊樞紐之一，使資訊產業成為新加坡新提高國家競爭力的行業，提高國民在資訊社會的生活素質和水準，並將在 2010 年形成繁榮和興旺的網路經濟。
設立專職機構，明確政府職能	做為政府主導型的電子政府發展模式，新加坡政府專門設立了「資訊通信發展管理局」，負責電子政府的全面協調發展，這一機構隸屬於新加坡交通與資訊科技部。另外新加坡政府成立了由不同對象與機構共同參與的、跨部門的「國家電子商務行動委員會」，統一負責協調和推動實現電子經濟、電子政府和電子社會的目標。這一機構的設立，克服電子政府發展中的各自為政、單打獨鬥的現象，使得新加坡各級政府的電子政府發展更加有序、協調一致。
獨具特色的電子公民中心	政府網站最具代表性的、也最具特色的就是電子公民中心（e-Citizen Center），e-Citizen 的使用者介面採取情境描繪：一位新加坡公民從小到大在人生不同階段所要走過的道路。在這條虛擬的人生道路上，他可以在不同的虛擬城市中停留。每一個虛擬城市裡都有一組相互關聯的服務系統。目前 e-Citizen 網站裡共有九個虛擬城市，涵蓋範圍包括：商業貿易、國防、教育、就業、家庭、醫療健康、住宅、法律法規和交通運輸，這些虛擬城市把不同政府部門的不同服務職能巧妙地做一個連結，提供給使用者高度的便利性。
法律、法規的逐漸完備性	為了儘快實現電子經濟、電子政府和電子社會的目標，2001 年 2 月，新加坡政府成立「國家電子商務行動委員會」，這個由八個政府部門組成的委員會，負責協調和推動主要行業的電子商務活動。同時，還制定了發展電子經濟的三大步驟：第一是通過國家電子商務計畫，推動電子經濟。第二是縮小亞洲國家之間的電子鴻溝。第三個步驟是通過亞洲資訊科技帶，為「數位亞洲」奠定基礎。

資料來源：行政院研究發展考核委員會

第四章　臺中市城市競爭力現況與政策分析

本章乃由都市治理、智慧型城市、區域資源整合、交通運輸環境、科技產業走廊、文化創意與觀光產業、都市更新結構更新、國際化都市行銷暨城市意象建構與城市品牌創造等八個面向，分別探討臺中市提昇國際都市層級與競爭力的各項基礎條件之現況與問題、課題與對策；並經由文獻或相關政策的回顧，做為後續建立事件經濟配套機制的基礎。

第一節　都市治理

二十世紀以來，世界各國隨著工業快速發展與都市化的結果，大量人口密集居住於各大都市與鄰近區域，此一都市化的現象，使城市在全球化資訊時代日益成為經濟增長的引擎，掌握著經濟發展的命脈，也成為經濟和政治創新的中心；然而，由於人口的聚居以及經濟的發展，都市也面臨社會與文化層面的變遷，以及居民生活上的許多新問題，導致對於公共秩序的新挑戰，帶來治理的難題，以及對於治理能力的新需求與新要求，於是，「城市治理」（urban governance）日益成為當代公共行政與管理的重大課題。因此，若欲探究大臺中如何提昇國際都市層級，乃至提昇城市競爭力，都市治理都是不可或缺的要項。

壹、現況分析

在全球化時代中，城市的國際競爭力之提昇，一方面要在外部的全球城市網絡中爭取成為重要的節點，吸引全球的資金、技術與人才資源，做為永續發展的基礎；另一方面要在內部的權力結構與網絡關係上，滿足各行為主體的需求，以及維持「動態的穩定」與「創新的適應」。而且，對外與對內兩方面的表現是相生相成的，若缺乏對外部全球環境的優勢，內部治理能力將隨封閉與邊緣化而不斷弱化；反之，內部治理的能力與效能，本就是建立對外優勢與吸引力不可或缺的一環。換言之，大臺中市要能建構優質的都市治理，不僅是為了解決未來的內部市政管理問題，也是建立城市國際競爭力的必要手段。

臺中市於 99 年底改制直轄市之後，過去縣、市政府體制下的行政管理體系勢必需要調整，方能因應全新的挑戰。新的大臺中市政，無論質與量的改變將會相當大，不僅原有的市政區域範圍擴大、政經財稅資源增多，市政的繁雜度亦相

對成長，民眾更將寄予高度期望；同時，以直轄市政府之編制，無論公務人員之官職等級或是數量，均非一般縣市可比，市長之人事任命權亦隨之擴大，若能善用大幅增加之公共行政資源，未來大臺中市都市治理的水平應可大幅提昇（李長晏，2009）。

但在另一方面，臺灣中部地區之各縣市已形成關係密切的都會區，「大臺中都會生活圈」早已形成，並持續急速擴張中，其人口聚居和大量流動通勤者，對都會區之核心地區造成負擔，相關社會問題亦逐漸生成，諸如交通、衛生、住宅、垃圾、水資源、治安、教育、防災等相關規劃建設工作，尤其，這些問題的性質都跨越了既有縣市行政區域界線，明顯需要更寬廣的治理視野與思維，也更需建立有效的跨域治理機制。而且，這些問題不僅將日益加多、加重，而且會隨中部直轄市的出現，而成為大臺中市的區域責任，承擔著被週邊縣市所期待的「領頭羊」的治理角色。

然而，對於過去一直只是地方縣市層級的臺中縣市政府而言，這些較高層次的思維與機制都是相當陌生的。不僅行政層級、法令權限、組織體制、預算經費大為不同，即使連公務人員素質、行政觀念、組織文化等等，都是既有臺中縣市政府或治理機制尚難企及的。尤其，原臺中市屬於都會型態地區，臺中縣則較屬鄉村型態，風土民情的差異導致地方問題與居民需求並不一致，新的大臺中市所要面臨的治理範圍與治理問題，恐難沿用過去的治理觀念或手段而能奏效。

為求穩定過渡，大臺中升格直轄市的初期，在行政區域、市府部門、人員員額與配置、既有行政法規與作業流程上，都儘量維持既有現狀，以最小變動為原則；但隨未來行政區域的重劃（預計兩年後完成，四年後正式實施），無論市政管理的體制或都市治理的機制，勢必都還要面臨再一次而且是大幅的變動。正因如此，我們更應藉此縣市合併之初的磨合過渡期，以前瞻而具國際水平的眼光，積極規劃推動都市治理的有效機制。

貳、文獻與政策分析

所謂「都市治理」不同於「都市政府」或「都市管理」；近年來，有關「治理」的討論逐漸取代了對於「政府」（government）或「管理」（management）的討論。聯合國全球治理委員會（Commission on Global Governance）（1995）認為治理是各種的公私機構與個人，管理其共同事務的諸多方式的總和。它讓相互衝突或不同利益得以調和，並且採取聯合行動的持續過程，其特徵在於：一、治理

不是一整套規則，也不是一種活動，而是一個過程；二、治理過程的基礎不是控制，而是協調；三、治理既涉及公共部門，或包括私人部門；四、治理不是一種正式的制度，而是持續的互動。

Rhodes（1997）則認為治理是一種網絡；地方治理所涉及的主要主體，已經不再侷限在中央與地方政府以及兩者之間的關係，還涵蓋了來自中央與地方以外的公私組織和志願性團體等互動所形成的一種複雜的網絡關係。換言之，治理是介於完全的市場競爭機制與政府官僚之間的一種新模式，涉及第三部門（非營利組織、社區組織、草根團體、公民運動等等），以及彼此間的複雜動態關係。

當「治理」的核心專注到都市與空間的發展時，就產生了「都市治理」的研究範疇。Bovaird &Loffler 歸納了 OECD 國家的治理經驗，定義「地方治理」（都市治理）：一套包括正式與非正式的規則、結構以及過程，決定了個人與組織行使權力的方式，此方式除了超越一般利害關係人所做成決策的力量之外，也會影響個人或組織在地方層次的福利（引自劉坤億，2000）。城市治理的範疇，又可細分為三層關係：

一、城市內部的「地方治理」，關注於公部門（中央政府、地方政府、基層政府）、私部門（企業、市場）、第三部門（非營利組織）以及公民社會（社區、個人）之間的互動關係，如何經由共同合作而發揮治理的效果。

二、城市外部的「區域治理」，關注於城市與週邊城市之間、地方政府與中央政府之間的互動關係，如何經由水平與垂直的合作以及全局性的思維，共同滿足治理的需求。

三、城市與國外城市互動所產生的「全球治理」關係，關注於如何在全球與國際的層次上，善盡全球責任，爭取全球的認同與支持。

至於如何判別都市治理的優劣，或許可以先回到歷來學者對於治理的評估判準，亦即所謂「善治」（good governance）的標準（參見俞可平，年代不詳）：

一、正當性（legitimacy）：有關的管理機構和管理者應盡可能協調各種公民之間以及公民與政府之間的利益矛盾，以使公共管理活動取得公民最大限度的同意和認可。

二、透明性（transparency）：每一公民都有權獲得與自己的利益相關的政府政策的資訊，包括立法活動、政策制定、法律條款、政策實施、行政預算、公共

開支以及其他有關的政治資訊，以便公民能够有效地參與公共決策過程，並且對公共管理過程實施有效的監督。

三、責任性（accountability）：管理人員及管理機構由於其承擔的職務而必須履行一定的職能和義務。善治要求運用法律和道義的雙重手段，增大個人及機構的責任性。

四、法治性（rule of law）：法律是公共政治管理的最高準則，任何政府官員和公民都必須依法行事，在法律面前人人平等。

五、回應性（responsiveness）：公共管理人員和管理機構必須對公民的要求作出及時的和負責的反應，不得無故拖延或沒有下文。

六、有效性（effectiveness）：管理機構設置合理，管理程式科學，管理活動靈活，且能最大限度地降低管理成本。

此外，除了公認的「善治」標準之外，隨著經濟水平上升，居民的物質生活得到基本滿足之後，開始對於都市生活產生新的價值觀與關懷，也導致都市治理的需求與方向，產生一些新轉變（葉晉嘉、吳濟華，2008），包括：

一、從服從政令轉變為注重言論自由與多元意見，這將逐漸形成對於治理意見表達的基礎，促進由下而上民眾參與的環境，易於建立都市治理的對話機制。

二、由重視經濟發展與開發轉變為重視環境保護以及永續發展的訴求，政策思維必須要兼顧永續的觀點，因為良好的環境才是民眾生存的根本。

三、從重視工作價值轉變為注重休閒價值，這將使得民眾對於分配時間型態改變，對於休閒的需求與品質日益增加，政府在都市空間的規劃與利用上應多考量增加休閒活動的機能空間。

四、政府設置公共設施應該考量在地民眾的價值觀，在偏重物質地區應側重物質條件的建設；在後物質地區應側重後物質條件的投入。

五、從過去重視金錢價值轉變為注重構想與創意，愈來越多的創意得以發揮是社會價值觀轉型的重要證據。

六、從過去服從威權轉變為積極的政治參與，增加了民眾對於政策的監督，對於資訊有知的權利，對於議題有表達自我看法的機會。

七、從重視秩序與理性轉變為重視藝術文化，都市的藝文建設將隨著價值觀的轉變而增加有關的需求。同時都市的遠景逐漸具有「後物質」的思維，例如海洋首都、友善城市、永續城市、健康城市與幸福城市等。

參、小結

綜合以上的現況分析、文獻與政策回顧，可以歸結出以下的觀點：對於大臺中市都市治理機制之研析，必須掌握「治理」的本質、都市治理的層級、善治的標準，也要掌握都市治理重點的轉變趨勢，以及參酌國際城市都市治理的標竿經驗，做為大臺中市都市治理取法、內化的參考對象，以綜合研擬大臺中市建構優質都市治理的基本結構、理念框架、文化價值、人力素質與治理流程，做為市政發展的參考。進而，研提臺中市提昇都市治理效能、建立有效治理機制的短、中、長期策略，並做為推動事件經濟與國際城市行銷的有力後盾，以厚植城市的國際競爭力。

第二節　智慧型都市

臺中市位居臺灣心臟地帶，在顯著的區位優勢。配合捷運發展與新市鎮的打造，未來臺中將在全臺角色定位上將有重大的轉變。朝向中部區域行政中心、多元服務都會中心、綠色景觀生態中心與便捷交通轉運中心等實質空間環境的方向發展。而打造資訊化的城市就成為臺中市主要的課題之一。

智慧型都市泛指城市所提供的各式公共資訊、網絡及便利生活的服務，而智慧型都市的發展指標更是都市競爭力的縮影。快速資訊化的服務是智慧型都市重要的建設之一，但許多早期進行的城市基礎設施，往往不符合成本與時間效益，幸而隨著近年科技進步，我們可以使現有的都市更加智慧，包含建置資訊數位化與無線網路系統等，透過感測、分析並整合資料，聰明地回應市民的需求，為都市注入新的活力，讓城市服務更加智慧、市民生活更有效率。

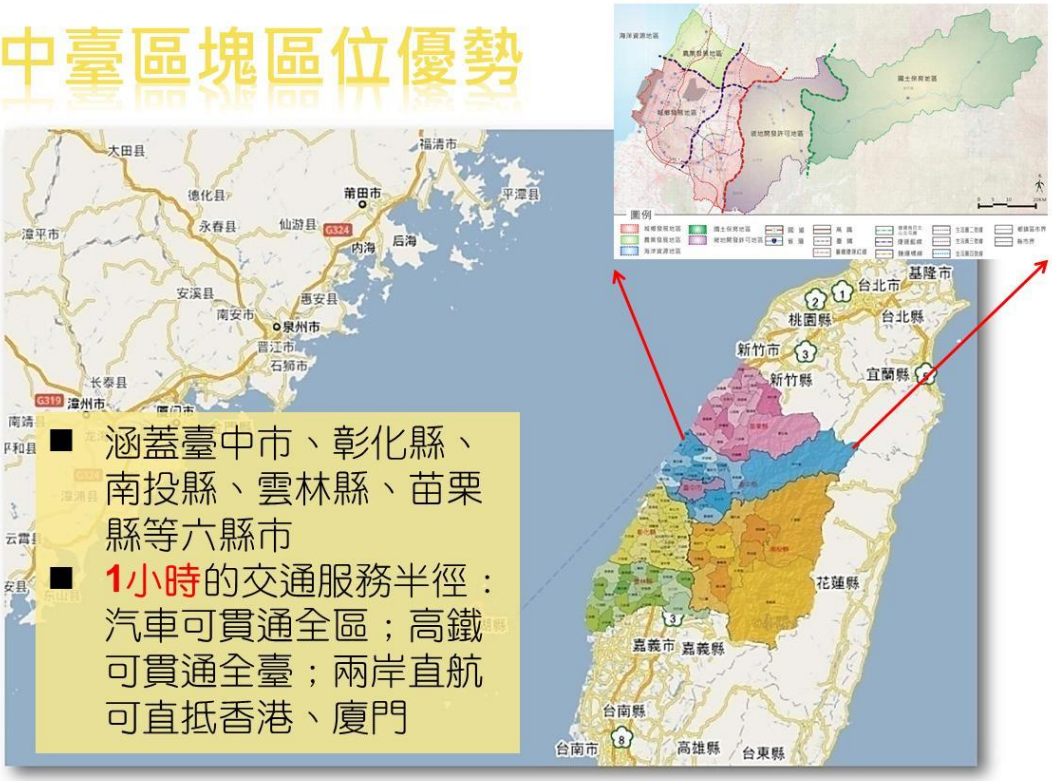


圖 4-2-1 臺中市區位優勢示意圖

壹、現況分析

2010 年臺中縣、市合併，使人口及行政面積大幅增加，合併後的臺中市為貼近社會的脈動，帶給民眾更大的便利，創造民眾更大的福祉，以「服務的行政」為核心，期能為人民提供更多的服務，最好的服務，最有為最進步的政府，包含行政措施簡化、縮短作業流程與時限，簡化書表格式，同時設法滿足民眾更多的需求，提供更多的服務項目，來提昇服務的品質。目前臺中市於資訊服務的具體發展策略（臺中市政府研考會施政白皮書）包含：

一、改良本市地理資訊化，提供 3D 環境之應用

將目前以二度空間為主的地理資訊查詢，改以三度空間來表現出城市概況。包括多重解析度的地形、各式建物及設施；並且可以讀取由遙測影像所建構的都市建物模型，直接加入虛擬都市環境中，以了解本市都市發展之現況及未來，提供訂定相關之都市發展計畫之參考。

二、建構市民生活福祉資訊網，提供市民即時生活資訊

配合本府地理資訊系統、數位攝影監視器系統與衛星定位系統（GPS）的整合運用，規劃防災（如火災、水災、地震、風災）、防竊、醫療、教育資源分配等網路管理及緊急通報機制。除期能在第一時間即時掌握災害防制資訊，強化市民防災安全體制外，並能即時提供攸關民眾生活福祉之各項資訊。

三、規劃免書證免謄本應用，提供單一窗口一站式服務

由於機關對於整合性資訊平臺，並無所謂之主管單位存在，而缺乏單位組織進行各項資訊系統綜合查詢界面之推動，使用者需經由不同資訊系統始能取得相關資訊；因資訊分置於各系統，使用者難以在單一介面上進行查詢。從政府資源應用的角度分析，各單位各自建置的資訊系統，是因應不同業務目標建立，亟待開發跨平臺查詢資訊界面，以取得各分散之資訊資源，整合各資訊化的便民服務系統，並具備未來系統擴充性，配合政府施政整合，透過此服務，即可查詢到各相關資訊，邁向整合式平臺管理，以減少機關間或民眾申辦事項時之往返奔波，便於進行決策與便民服務。

四、建構全方位市民生活網，減少資訊障礙

隨著網路生態的逐漸發展成熟，專屬而分眾的服務反而顯得更加重要。因此除了目前已提供搭配電子地圖查詢本市食衣住行育樂等商家資訊的服務外，進一步整合市民生活數位資源，建構醫療服務、觀光旅遊、人力資源、社區安全、環境保護、藝文活動、全民學習、電子商務等全方位市民生活網。並結合電子化政府的相關服務，提供具有在地風格特色、滿足各年齡層及不同族群需求，進而消弭數位落差的網路城。同時，更將鼓勵民間廠商參與經營，刺激區域經濟成長，進而推動都市更新及創造城鄉新風貌。

貳、文獻與政策分析

以下為臺灣及大臺中區域發展智慧型都市之具體實例及政策：

一、i236 智慧生活科技運用計畫

經濟部為推動智慧臺灣計畫(i-Taiwan)，運用資通訊科技開發符合在地需求的貼心生活應用服務，協助蒐集百萬使用用戶的優質生活體驗，並發展出能永續經營的創新智慧生活服務產業，以生活應用在地化、應用服務產業化、服務產品全球化為發展願景，運用三種網路基礎建設(寬頻網路，數位電視網路，感測網路)，以建構智慧城市或智慧經貿園區的智慧生活應用服務為二大計畫主軸。 i236 智慧生活科技運用目前已具體應用於松山都會智慧服務新城場域、埔里-日月潭智慧旅遊小鎮、宜蘭觀光智慧小鎮、臺中精密機械智慧產業聚落與安全城市、高雄臨海工業區藍領家庭幸福場域與杉林鄉大愛村智慧生活場域等六個場域，透過建構智慧生活科技運用實驗場域來發展六大智慧生活應用，作為服務系統產品商業化營運前的試煉環境，透過結合在地公領域及產學界資源，及使用者參與創新的過程，來改進服務內涵及永續營運商業模式的參考，進而淬鍊出具全球競爭力的智慧生活服務系統及產品。

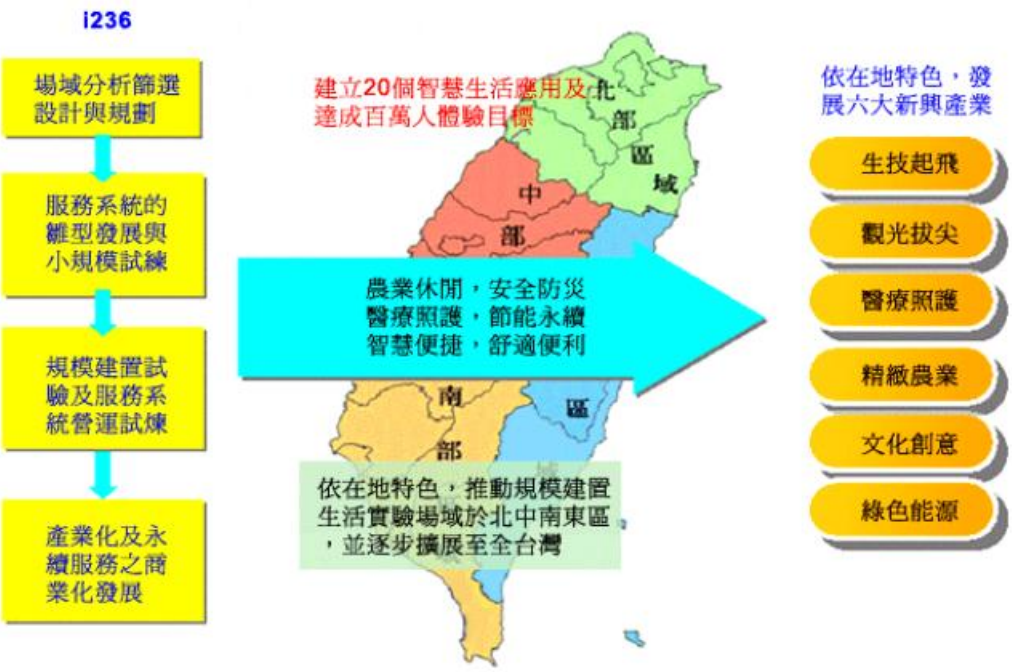


圖 4-2-2 推動 i236 計畫實現智慧臺灣工程圖 (資料來源：工業技術研究院)

(一)南投縣埔里鎮日月潭智慧旅遊小鎮

以南投縣埔里鎮為例，於車程中旅客可藉由語音導覽介紹沿途之景點；再可於埔里智慧館的互動式觀光導覽資訊站中查詢各處景點，提供個人虛擬導遊服務讓遊客可深度瀏覽埔里的風俗民情，並可憑著智慧卡於數十間商家內取得即時且動態的消費優惠。將埔里建置為智慧小鎮，以樂活慢遊作為智慧生活的優先發展重點，其中的無縫隙智慧旅遊服務，除了資通訊技術（Information and Communication Technology，ICT）的科技整合運用外，還包括促成創新服務體系的生態系統（Eco-system）之串連，來進行整個生活實驗室（Living Lab）的服務驗證。而在計畫的執行過程，讓使用這些軟體、硬體與服務的民眾將充分參與其中，並隨時提出建議與看法，以便能修正出更符合使用者實際需求的內容與服務，激發出更棒的點子，甚至更符合實際應用的需求，而這種作法，就像是生活實驗室一般，將研發出的軟體、硬體與服務結合後，投入真實可用的場域中，在真實的環境下，產品不斷地接受淬煉，直到找到可商業化的模式，進而可以在未來複製至其他地區。

(二)南投縣埔里鎮之實施策略與方法

1.電子觀光護照服務：以「電子化套票」為基礎，延伸為彈性化的組合式旅遊服務套案，結合交通、住宿、在地特色商品/特殊體驗、…等，以智慧卡串連，提供遊客貼心便捷的服務。建立「虛實整合」的旅遊體驗記錄，進行分析加值，萃取遊客行為特性，發展常模，據以有效提供貼心的服務，並且萃取組合服務套案與元件的效益，做為設計與改良的參考。

2.區域跨業協力服務：建立「店頭機網絡」，進行優惠訊息協力放送、多店組合式優惠、區域內集章贈品、精準化個人行銷，發揮旅遊服務的區域聚落效益。結合「店頭機網絡」與網路社群，透過遊客即時性的分享與社群間口耳相傳的力量，為遊客帶來旅途記憶與分享的喜悅，也為店家建立起遊客之間的互動橋樑。

二、大臺中的智慧型都市基礎資料與服務

(一)都市基礎資料建置與發佈

都市的基礎資料不僅可用於公共資訊、市政規劃、資訊網絡、學術、經貿交易等層面，更是發展成智慧型都市的條件之一，而千分之一地形圖則為最詳細的都市基礎資料之一，臺中市自八十七年起進行千分之一數值航測 GIS 地形圖建檔計畫，首次採用 GIS 之方式，將原有規範不足以描述地理資訊作業程序，訂定新的規範以為作業準則。

現階段除臺北市與高雄市具備完整的資料外，臺中市在長期投入資金與人力的建置下，亦具備完整的資料庫，但於縣市合併後，大臺中面臨更龐大的行政區域下，在市政規畫、區域發展及交通網路等等應用上，需要更詳盡的基礎資料，未來如何逐步建置大臺中地區的基礎資料庫，將是極需規畫的重點項目之一。

(二)提供市民的網路資訊服務

隨著數位經濟快速發展，寬頻網路基礎建設已成為促進知識共享及地方發展的關鍵因素，充分發揮驅動各國經濟和社會轉型的動能角色，益形突顯其重要性。根據英國威爾士大學卡地夫學院（UWIC）國際競爭力中心發布「2008 年世界知識競爭力指數(World Knowledge Competitiveness Index, 簡稱 WKCI）」中，臺灣的寬頻滲透率在全球 145 個地區中排名第 6 位，顯示近年來政府賡續推動之「行動臺灣（M-Taiwan）計畫」、「發展優質網路社會

（u-Taiwan）計畫」績效顯著（行政院經濟建設委員會網站）。基於網路服務無遠弗屆的特性，大臺中提供給市民的服務，以「臺中市政府。全球資訊網」為核心，民眾可以從網站中找連結到許多與生活相關的網站資訊，例如臺中市公車動態暨路網轉乘系統，包含動態暨路網轉乘系統、公車動態查詢、景點轉乘規劃與旅遊等資訊。

(三)網絡規劃及無線上網熱點

無線上網服務是智慧型都市的硬體發展的重點項目，臺中目前僅針對部分區域提供無線網路服務，未來將建置 WiMAX 無線寬頻網路技術，協助城市、都會區發展無線寬頻網路環境與服務，提供市民生活應用的服務，包含生活影音、行動電視、商務、城市觀光、網路電話（VoIP）以及交易付費等應用；而公共服務方面則朝向行動臺中城市總入口網等應用發展為主。

參、小結

打造智慧型都市須顧及許多層面及管理資源資訊的整體規劃，未來如智慧盤點、再生電網、再生能源、智慧環控等面向都可逐漸納入規劃中，於本計畫期間舉辦之「2011 提昇大臺中。建構智慧型都市研討會 」，對臺中市提出了以下的建議：

一、短期：1.整合民間與政府資源，提昇生活效率，創造區域性的產業經濟發展及競爭優勢。2.提昇大臺中未來的就業、經濟與國際接軌。3.藉由手機、PDA 等通訊工具隨時隨地掌握各項資訊，更進一步帶動資訊與網路產業之發展。4.智慧型交通系統縮短等待交通工具的時間，也帶動運輸與旅遊產業之發展。5.提供市民舒適安全的生活環境，也可達到節能減碳的效果，提昇都市國際競爭力的能量。6.配合事件經濟活動，啟動智慧型都市步驟與發展。7.結合 i236 智慧生活科技運用計畫發展地區性特色智慧型生活服務。

二、中期：建構中臺區域智慧型三生產業，強化資訊服務體制。

三、長期：建構以人為本之智慧城市, 打造國際未來城。

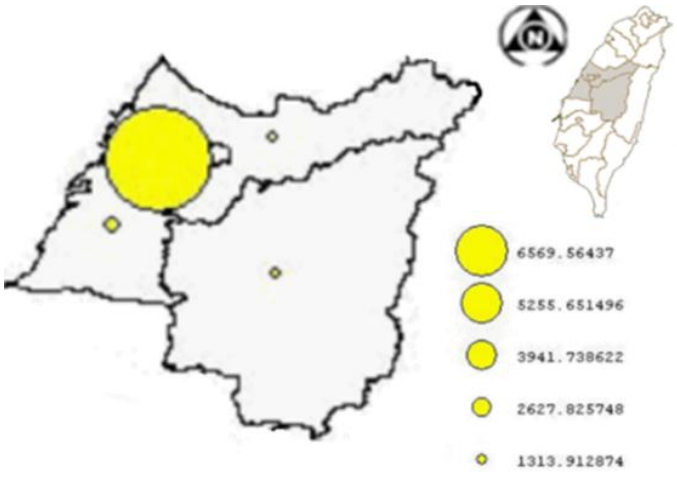
第三節　區域資源整合

壹、現況分析

全球化時代的激烈競爭，國家界限逐漸模糊，城市必須跨越行政界限與區域之間建立起資源共享與互補的合作關係，找出新的區域發展可能，成為有實力的經濟體。然而，我國國土空間劃分為北北基宜、桃竹苗、中彰投、雲嘉南、高高屏、花東及離島七個區域成為生活圈，而且臺中縣市已於民國 99 年 12 月 25 日合併升格為臺中直轄市，一方面成為臺灣的五都核心之一，另一方面與彰化縣、南投縣成為一大區域空間體系，屬同一生活圈。中彰投區域生活圈有相當人口與腹地支撐其區域之發展與消費市場，區域生活圈可根據區域內產業特色與地理環境各自定位，創造各區域之特殊競爭優勢。若合併升格後的臺中市欲發展適合之事件經濟及提昇與周邊縣市的整體競爭力，則須先行瞭解中部區域各地方核心資源的發展現況，統合中彰投區域內之自然環境面向、人文環境發展面向、產業經濟發展面向，從而健全中部區域之整體發展，促使臺中市及中部區域朝向國際級都會區發展。以下就中部區域城市基礎規模分述如下：

一、人口規模與區域土地面積

中彰投區域生活圈包括臺中市、彰化縣、南投縣三個行政區，至 2010 年 12 月止，中彰投地區的人口總計 448 萬 6,468 人，約為全臺灣人口 22.6%，而中彰投區域生活圈的人口多分佈於臺中市，有 2,635,761 占 59%。在區域土地方面，中彰投區域總面積為 7,395.74 平方公里，約為全臺灣面積 21%，其中；土地面積則以南投縣最大，共有 4,106.44 平方公里，占 55%，次之為臺中市，共有 2,214.9 平方公里，占 30%；另從人口密度觀察，臺中市人口正成長且人口密度最高，原臺中市於縣市合併前因屬於城鄉都會區，人口較為集中，發現原臺中市相對於原臺中縣、彰化縣、南投縣的人口密度極圈範圍大。然而，就縣市人口增加率而言，臺中市年平均人口增加率呈正成長，是區域內發展潛力較大之地區；彰化縣與南投縣人口成長率則為負成長，特別是彰化縣自 94 年開始人口成長率由正成長變成負成長。

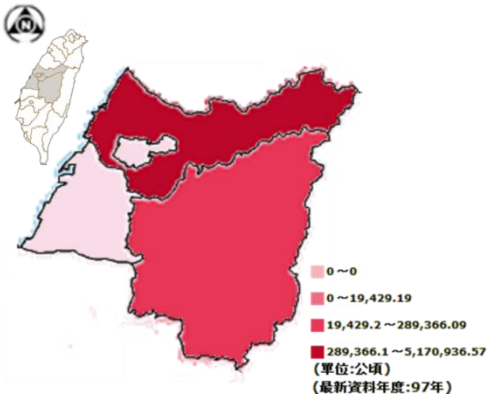


資料來源：中華民國統計資訊網

圖 4-3-1 中彰投人口密度分佈概況

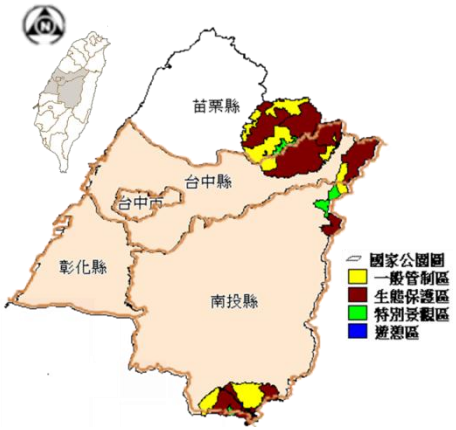
二、自然生態資源面向

在全球化時代的發展過程中，現今人與地的關係比過去更為密切，舊有的生活方式遭受到挑戰，過度開發土地發展經濟，雖為人類帶來舒適的生活及文明的進步，但卻忽略了自然環境系統的維持，致使區域內的自然環境逐漸地被破壞，也導致人們的生活環境與生態系統失去平衡。自然環境與天然資源是地區發展的重要基本資料，它不僅影響人類的生存空間及社經的發展，並反映出該地的發展限制及潛力。中彰投區域之自然生態資源現況分佈，臺中市分佈在大坑風景區與和平鄉一帶，而和平鄉東南端被劃為雪霸國家公園部分，彰化縣分佈在參山風景區與沿海濕地一帶，南投縣則分佈在仁愛鄉與信義鄉，其中信義鄉南端被劃為玉山國家公園部分。此外，中彰投各自具有其生態特色資源，臺中市與彰化縣沿海一帶有濕地生態資源，南投縣則有生態社區。然而，未來中彰投區域在進行土地開發或其他活動規劃時，應避免過度干擾生態環境敏感地，並保留獨特的生態資源。



資料來源：內政部營建署

圖 4-3-2　中彰投自然保留區面積分佈



資料來源：內政部營建署

圖 4-3-3　中彰投國家公園分佈

資料來源：內政部營建署

圖 4-3-4　中彰投自然生態區分佈

三、人文環境發展面向

人文環境是競爭力的一個重要組成部分，藉由中彰投區域各級學校分布、歷史文物資源分布、商圈與夜市分布、藝術展演館分布、地方產業與工業園區，了解中彰投區域人文環境發展概況，提供未來中彰投區域空間發展定位時，以產業文化資產為開發元素，結合多元環境、空間、文化資源，積蓄高度兼具有人文創新氛圍的活動，轉化舊有的區域空間能量，促進人流與物流向中彰投區域靠攏，進而帶動區域發展造就區域優勢，提昇區域競爭力。

(一) 各級學校數

提供未來區域發展服務產業所需之人力資源。臺中市大專校院共有 18 間，是彰化縣 5 間的 3.5 倍，是南投縣 2 間的 9 倍，以個別地方來說，多集中於臺中市，但從中部總體空間觀察，除排東邊山區，其大專校院的分布則是集中在中、彰、投地方之中間，均衡三個地區居民高等教育需求性，有效增強整體區域創新人才能力。

資料來源：本計畫整理

圖 4-3-5　中彰投大專校院分佈

(二) 歷史文物資源、商圈與夜市、藝術展演館、地方產業與工業園區

文化的遺產，能充分展現出城市活力與創造力，而中彰投區域這方面的資源相當豐富。

從現況分析，歷史文物資源（包含古蹟、歷史建物、老街古道）在臺中市有 71 處，彰化縣 64 處，南投縣 27 處；商圈與夜市在臺中市有 26 處，彰化縣 2 處，南投縣 2 處；藝術展演館臺中市有 37 處，彰化縣 23 處，南投縣 16 處；地方產業與工業園區在臺中市有 10 處，彰化縣 7 處，南投縣 15 處。

然而，中彰投區域裡臺中市都會區中心多人文藝術展演館與商圈，如國立自然科學博物館、國立臺灣美術館逢甲商圈…等，而排除臺中市中心外，則多地方產業與工業園區；在彰化縣部分，地方產業與工業園區也相當具國際知名度，如自行車、織襪、玻璃…等，而彰化縣因發展歷史悠久，名勝古蹟中部地區最豐碩，歷史人文氣息濃厚，另一方面彰化縣是花卉種植與盆栽集散中心；在南投縣部分則多具特色產業資源可發展觀光，如魚池鄉紅茶、日月潭總統魚、埔里酒廠等。

因此，中彰投區域可共同以一個區域生活圈為主之方式，配合地區歷史文物資源、商圈與夜市、藝術展演館、地方產業與工業園區之特殊資源，結合觀光旅遊業，發展中部城市觀光資源，成為臺灣歷史文化與人文藝術生活重心，一方面推廣公眾對中部本土歷史文化的認識，另一方面提昇區域國際性軟體的競爭力。

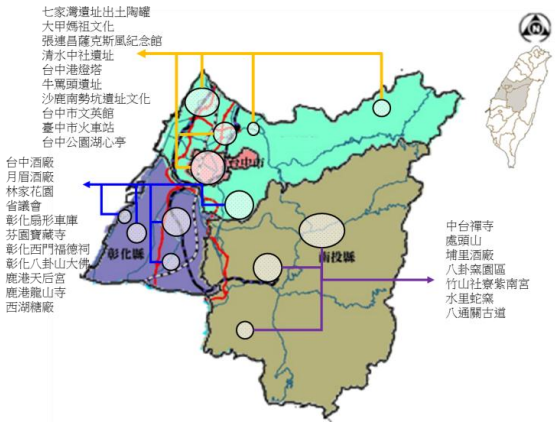


圖4-3-6　中彰投歷史文物資源分布概況

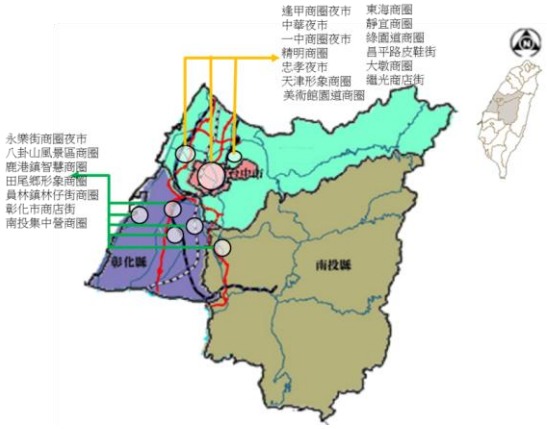


圖4-3-7　中彰投商圈與夜市分布概況

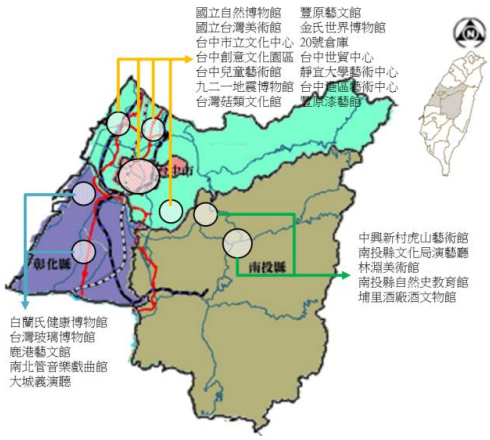


圖 4-3-8 中彰投藝術展演館分布概況

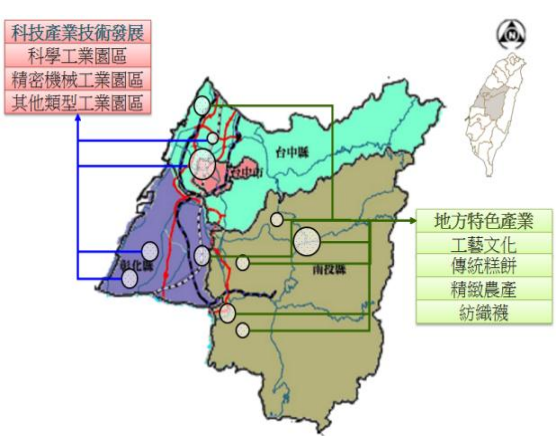
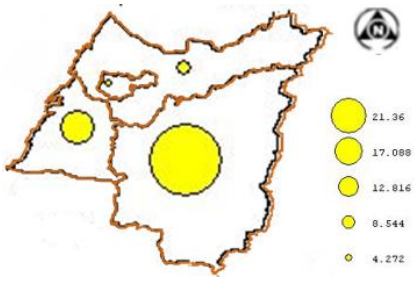


圖 4-3-9 中彰投產業與工業園區分布概況

四、產業經濟發展面向

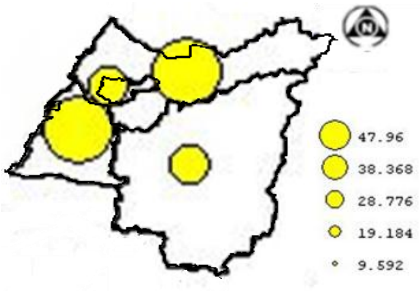
中彰投區域隨著工業化、都市化的發展，中部區域人口就業結構從以農為主轉為以工商就業為主。臺中市都會中心的人口就業結構則很明顯地集中在三級產業部門，歷年都占總就業人口的一半以上，顯示都市服務中心的機能。而臺中市都會中心周邊則以二級產業人口比重較高，連接臺中市的彰化縣亦以二級產業

發展為主，彰化縣的二級產業人口比三級產業人口多，以紡織業、塑膠製品製造業及食品製造業等傳統勞力密集產業為最重要；南投縣近年來則多配合旅遊觀光產業發展服務業，三級產業人口逐漸增加。



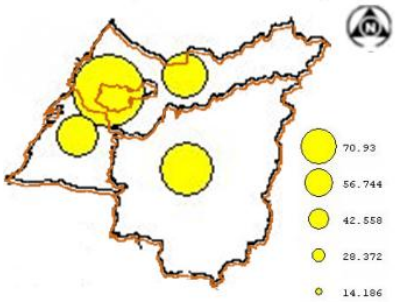
資料來源： 中華民國統計資訊網

圖 4-3-10 一級產業人口分布概況



資料來源： 中華民國統計資訊網

圖 4-3-11 二級產業人口分布概況



資料來源： 中華民國統計資訊網

圖 4-3-12 三級產業人口分布概況

另一方面，根據行政院主計處《臺灣地區家庭收支調查》，中彰投區域生產總值約 27,237.4 億元，其中以臺中市的產值 21,152 億元最高，占整個中彰投區域的 67%，遠大於彰化縣的產值，占 26%，而南投縣的產值僅 7%，可見原臺中縣市合併後的產業發展效益可觀，從成長極（Growth Pole Theory）理論檢視，臺中市乃是區域成長中心，將會吸引周邊相鄰次核心地區之資源，但必須注意區域成長中心是否能發揮正面的擴散效應，帶動周邊相鄰地區的共同發展。因此在此基礎之下，建立跨區域的產業聯盟合作乃是未來區域提昇競爭力的必經之路。

表 4-3-1　中彰投產業經濟發展面向綜合分析表（99.12）

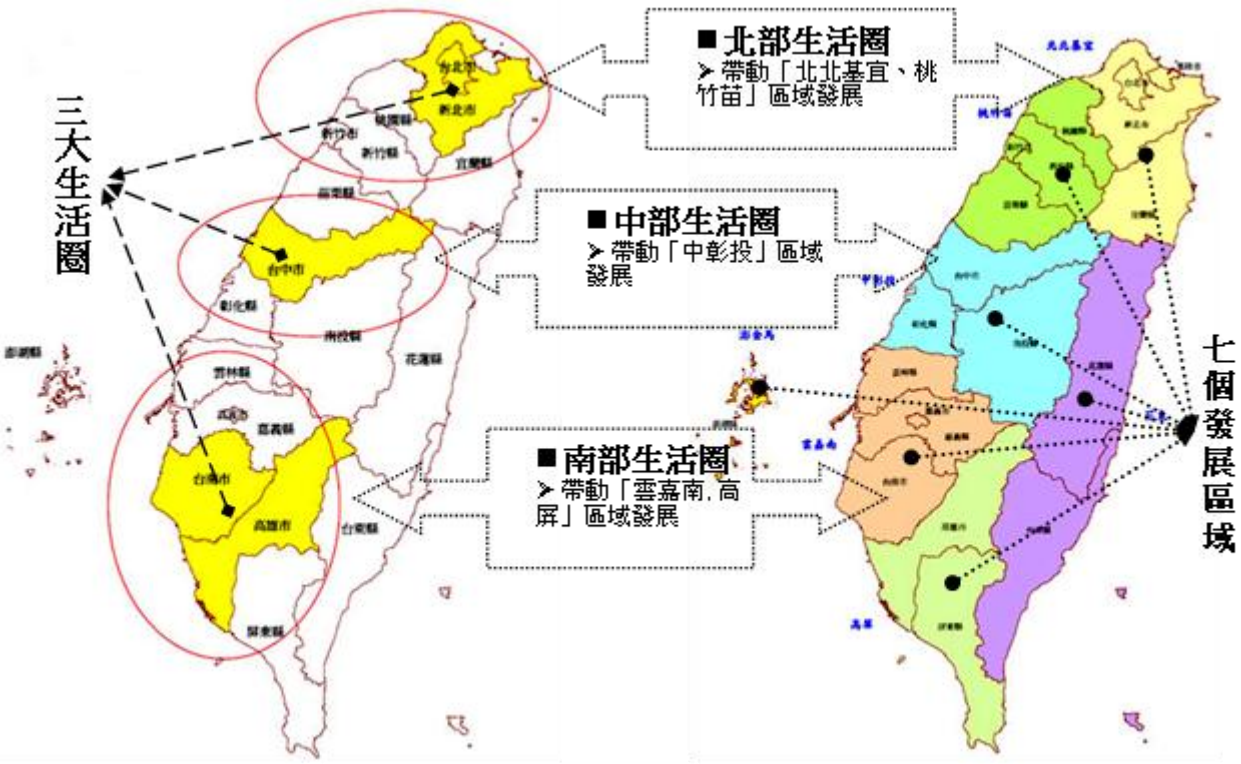
項目		臺中市	彰化縣	南投縣
產業人口	一級產業(%)	2.73	10.70	21.36
	二級產業(%)	38.12	46.33	25.96
	三級產業 (%)	59.15	42.96	52.68
經濟概況	工廠家數(家)	14,970	7,730	801
	商業家數(家)	93,306	31,691	26,386
	生產總值(億元)	21,152	8059	2123

資料來源：中華民國統計資訊網、經濟部統計處、行政院主計處/本計畫整理

促進產業結構優化升級是提高產業競爭力的關鍵。目前中彰投區域製造業往資本、技術密集產業轉型，而以精密機械工業最為重要，且發展出許多具有產業聚集經濟，再加上周邊支援硬體設施之開發，未來臺中港加工出口區朝向自由貿易港區轉型，以及清泉崗機場的國際化，未來中彰投區域更能朝向電子科技產業、生物科技產業以及倉儲物流產業新興產業發展國際競爭力。

貳、文獻與政策分析

區域資源整合是我國近五年來為因應全球環境變遷及未來國家發展的重點政策方向，目前政府正努力由上而下推廣「三大城市區七個區域生活圈」之概念（圖 4-3-13），其中，七個區域生活圈的構想，乃是使各生活圈範圍內能有足夠的人口與腹地可以支持區域發展與消費市場，而各區域則可依據區域內的產業特色與地理環境特性由下而上來尋求區域發展定位，共同創造其各自獨特性之競爭優勢，使各區域得以發展成一獨立的經濟體。



資料來源：行政院經建會

圖 4-3-13　三大生活圈與七個發展區域

中部生活圈以中彰投為共同區域體，相關對於中彰投區域整體發展願景與策略，可從上位計畫與相關文獻一窺究竟，整理如下表：

表 4-3-2　中彰投區域生活圈相關政策與文獻

編號	計畫名稱	發展願景與目標	相關中彰投區域發展策略關聯分析
1	中中彰投四縣市產業聯盟	以互惠互利、優勢互補、整體行銷，攜手為中臺灣永續發展努力。	為發展中臺灣地方建設以及經濟活動，中彰投各縣市首長共同成立「中中彰投四縣市產業聯盟會議」，並為因應民國 99 年 12 月臺中市、臺中縣合併升格為直轄市，合併後的新臺中市將成為中部地區政經發展重心；彰化縣藉由彰濱工業區、中科和美園區與預計民國 103 年興建的彰化高鐵車站，以及南投縣的中興新村高等研究園區、諸多觀光旅遊景點，整體中彰投區域其經濟活動頻繁可望帶來大量之交通需求。
2	國土空間發展策略規劃（行政院經建會，99.02）	中部城市區域發展定位：優質文化生活中樞、新興科技走廊	1. 中部城市區域可藉由高鐵站區、主題計畫園區、海空港區等計畫，發展出新的次區域核心，並加強個核心及成長中心之間的運輸服務，以強化城市區域內之整體網絡結構。 2. 中部區域未來應強化與生活休閒有關的創新產業發展。 3. 彰雲濱海地區的基礎產業、中部科學園區各基地之開

編號	計畫名稱	發展願景與目標	相關中彰投區域發展策略關聯分析
		國際都會，以臺中都會區為核心都市帶動其他中部城市區域之發展。	發以及中新興村高等研究園區等資源的進駐，形成中部科技走廊發展之雛形。 4. 成長中心、發展軸帶、濱海與山野生態軸帶 (1)成長中心 ● 臺中市：區域中心 ● 臺中縣：科技產業成長中心、國際運輸門戶成長中心 ● 南投縣：創研產業、休閒產業策略成長中心 ● 彰化縣：能源產業策略成長中心、文化觀光策略成長中心 (2)發展軸帶 ● 往北銜接后里以及竹科產業帶，發展趨勢明朗 ● 往南銜接雲、嘉產業帶，城鄉發展區帶尚待強化 (3)濱海與山野生態軸帶 ● 以中臺都會區西側沿岸港灣、聚落區塊發展濱海遊憩軸帶 ● 以都會區東側山區聚落發展山野生態軸帶
3	臺灣中部區域計畫（第二次通盤檢討草案）（營建署，98.06）	以多核心發展、轉運金三角、多元產業發展模式三大空間發展概念，達到縮小區域內經濟發展、生活、環境建設等落差，確保中臺區塊達到永續發展。	1. 臺中都會區 (1) 以臺中縣市.豐原.潭子.大里.太平.烏日等地作為政商核心區，整合相關重大建設，健全高科技產業發展、商業經貿核心，並建設高機能之住宅環境及便利之海陸空交通運輸系統。 (2) 區域科技走廊單元—中科后里基地、臺中基地與臺中精密機械園區：區域科技走廊相互串聯，透過空間上的相鄰，配合臺中都會區內之各大專院校、技術研發及育成中心發揮產業群聚效應。 (3) 轉運金三角單元—海港、空港與高鐵:臺中港及鄰近腹地（清水、梧棲、沙鹿、龍井）規劃為港埠轉運區，配合臺中港營運總計畫發展構想及金門經濟特區，對外將成為兩岸三通之重要門戶，並與清泉崗航空站及高鐵站串聯成一完整交通網絡。 2. 中部區域縣市 (1) 南投縣：強化南投地區商業服務機能、促進商業多元，且農業、觀光遊憩資源豐富，除了傳統農業升級與精緻化，可串聯草屯鎮與南投市成為經濟產業發展軸。 (2) 彰化縣：具有重要的水稻、花卉生產地，可配合交通路網形成休閒農業重鎮。配合高科技產業發展需求，利用彰濱工業區，境外轉運加工出口計畫，配合臺中港轉型為加工倉儲轉運中心。 3. 發展特殊機能中心：高鐵特定區(烏日.苗栗.雲林.彰化)、中科、中興新村、水湳經貿園區及臺中新市鎮中心

編號	計畫名稱	發展願景與目標	相關中彰投區域發展策略關聯分析
			規劃為中部區域特殊機能中心。
4	臺中都會區實質建設規劃（臺灣省政府住宅及都市發展局）（91.06）	依據「中部區域計畫之生活圈」與「國家建設六年計畫」劃設多核心發展構想與五個空間單元。	1. 多核心構想： (1)臺中市都會中心。(2)彰化市、豐原市、南投市次都會中心。(3)臺中港特定區成長中心。(4)彰濱工業區、彰濱遊樂區開發中心。(5)鄉鎮中心(鎮)。(6)依存中心(鄉)。 2. 五個空間單元： (1)豐原空間單元發展以農業為主。(2)臺中港空間單元以期望帶動技術密集工業及重工業發展。(3)臺中空間單元以加強其三級產業、服務業機能。(4)彰員空間單元發展技術性、知識性、資金密集性工業。(5)南投空間單元加強觀光、行政中心，發展地方資源型工業，配合大眾捷運，使其成為臺中都會區外圍遊憩、居住中心。

資料來源：本計畫整理

參、小結

全球化的動態發展，改變了世界經濟地理的分佈情況，現今國際競爭實力皆取決於在區域內各地方資源健全的基礎之上，並以區域策略合作聯盟的治理模式，從區域生活圈的概念整合各地各項資源，避免資源重覆，才能強化整體區域競爭力，乃至國家競爭力。

根據上述中彰投區域各項資源分析，中彰投區域各面向資源豐厚，據國際城市區域競爭之條件與特點，其包括優勢如下：(1)高品質之生活及工作環境與及學習區域，(3)高效率之產業活動，(4)文藝建設投資與國際聯結，(5)擁有國際機場與港口及區域內擁有便捷的交通系統，(6)歷史文化濃厚與宗教文化鼎盛，(8)生活美食與糕餅。

從整體區域空間檢視資源整合，中彰投三縣市以臺中市為都會核心發展區，周邊彰化縣與南投縣則為衛星型城市，彰化縣為歷史人文與平原產業發展區，南投縣為生態休閒與特色山岳產業發展區，沿海地區則為濱海藍帶區，依此將中彰投區域各自具有自我之資源特色，如臺中精密機械、彰化精緻農業花卉、后里薩克斯風、大甲宗教文化、彰化巨大自行車產業、南投桃米生態村…等，打破行政區域疆界整合區域資源，活用地方特色資源優勢，善用各區域的資源型土地及發展機會，進行中部城市區域資源整合行銷，以全面性、整體性考量中彰投區域之觀光發展，拓展多元化及精緻化的產業發展，一方面帶動中部城市區域周邊產業發展，另一方面打造國際觀光勝地。

再者，運用各地特色資源之優勢，積極爭取國際性活動，以事件活動內容為主軸，將各個在地特色資源進行軟硬體資源空間佈局，以特定資源專區方式擴充其活動場域空間，加強周邊環境與活動路徑之空間規劃，進而引發相關產業的串連，一方面輔助活動舉辦，另一方面提昇產業國際能見度。

第四節　交通運輸環境

壹、現況分析

一、地理環境

臺中市位於臺灣中央山脈西側之西部平原間，地形變化大體上由西往東漸起伏，可分成西部沿海平原、大肚山臺地、臺中盆地、丘陵地、山地五個地區。臺中市的都市區範圍位於臺中盆地內，地質屬沖積平原，除表層為薄層黏土或砂質土外，均以礫石層為主。

臺灣屬於亞熱帶以及海島型氣候，氣溫及濕度均高，夏季多雨、冬季乾旱，偶有颱風，中部地區的雨季集中在五～九月，冬季東北季風受中央山脈之阻礙，故以北風為最多，氣候受地形影響甚大，高山、海岸、丘陵及臺地各有顯著差異。

中臺全區氣候大致可分為三區：西海岸區，季風強而雨量少；中部盆地區，夏多雨冬乾旱；東部丘陵山地區，夏冬有雨西海岸及中部盆地在冬季常有長期的乾旱，尤以西海岸為甚。年日照數為 2,509 小時，雲量十分率（以全空無雲為 0，皆雲為 10）年平均為 6.1/10，各月均小於 8/10。年平均濕度 75~80%之間，除十、十一月外其餘各月接近 80%。

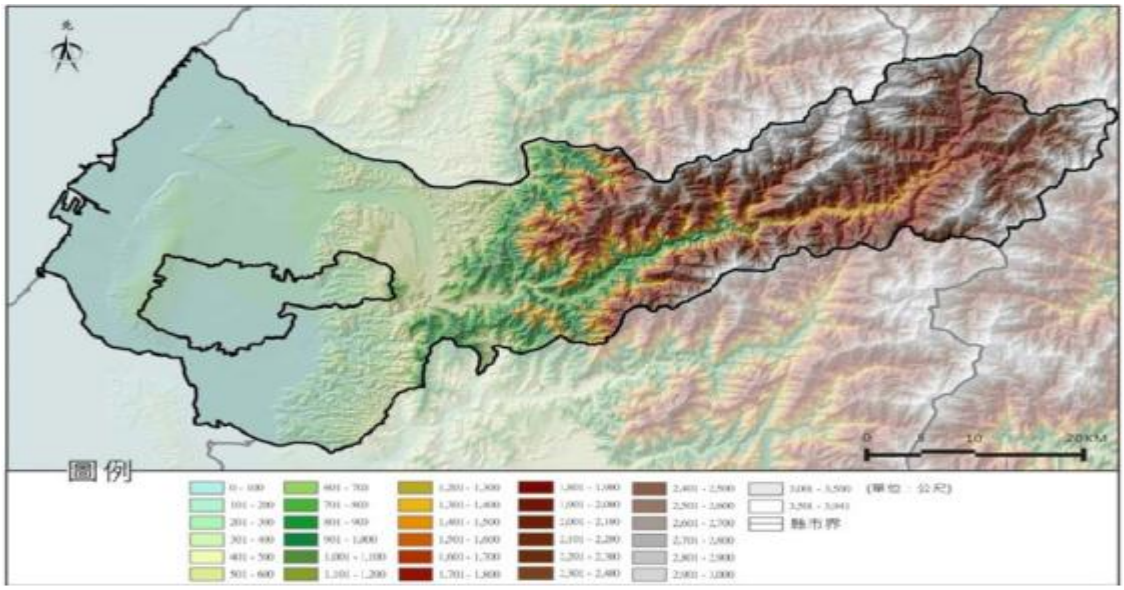


圖 4-4-1　臺中市地形高程圖

二、社經環境

縣市合併後的臺中市土地面積總計 221,489.66 公頃，其中，都市土地面積計 50,107.1 公頃，約佔總面積 22.62%；非都市土地面積計 69,207.7 公頃，約佔總面積 31.25%;其餘之土地為林班地及部分未登錄地。共涵蓋 31 處都市計畫區，詳見表 4-4-1、表 4-4-2。

表 4-4-1　合併前臺中縣、市都市計畫相關統計

	都市計畫區數	都市計畫區面積	都市計畫區內人口數	都市計畫區內現況人口密度	都市計畫區面積佔總面積	都市計畫區內人口佔總人口
		(km^2)	(人)	(人/km^2)	(%)	(%)
原臺中縣	29	339.2	1,239,529	3,655	16.5	79.6
原臺中市	2	161.9	1,066,128	6,585	99.1	100.0

表 4-4-2　合併前都市計畫區內土地使用分區統計表　（單位：公頃）

	住宅區	商業區	工業區	公共設施用地	農業區	保護區	風景區	其他	合計
原臺中縣	5,347.8	448.0	1,880.6	6,197.5	10,869.3	3,196.0	—	5,976.7	33,915.9
原臺中市	4,010.0	512.5	657.5	5,195.0	2,486.9	—	2,702.5	626.9	16,191.2

資料來源：都市及區域發展統計彙編(98 年)

三、現有運輸環境

既有臺鐵鐵路系統共有縱貫線、臺中線等二線，另於臺中港區內尚有有貨運為主之運輸路線，茲分述如下：臺中線（山線）：路線自竹南至彰化，全長 85.5 公里，目前行駛所經臺中縣市境內包括泰安、后里、豐原、潭子、太原、臺中、大慶、烏日、成功九站。目前「臺中都會區鐵路高架捷運化計畫」已啟動，自豐原站至大慶站間改為高架化，全長約 21.2 公里。海岸線（海線）：目前行駛所經臺中縣市境內包括日南、大甲、臺中港、清水、沙鹿、龍井、大肚、追分八站。

位於烏日區之高鐵臺中站，可利用新烏日站與臺鐵轉乘，未來將規劃為三鐵共站（高鐵、臺鐵、捷運），並將高鐵臺中站定位為中部轉運中心。

臺中市除了市區道路以外，也可通過國道或是省道系統與鄰近縣市連結，總計通過大臺中市的城際道路有：南北縱向的國道一號、三號，東西橫向的國道四號。以及若干省道，主要為臺 1 線、臺 3 線、臺 13 線、臺 61 線、臺 63 線、臺 74 線等。

臺中港是臺灣三大商港之一，現貨櫃量已超越基隆港，為第二大貨櫃港，是中部地區的航運門戶，距離北部的基隆港以及南部的高雄港各約 110 海浬，港口水深 15 至 22 公尺，航道水深 13 至 17 公尺，可容五萬噸級船舶進出，可容納 88 座大型碼頭，包括貨櫃碼頭、散雜貨碼頭、大宗散雜貨碼頭、煤炭碼頭、穀物碼頭、水泥碼頭、管道碼頭，以及客運碼頭等，目前臺中港具有 48 座碼頭、17 個專業區，及 3 個自由貿易港區。

臺中航空站原位於臺中市水湳機場，惟因水湳機場跑道長度不足（1,600 公尺），不利大型航機起降，且受臺中市都市發展之影響，水湳機場早已變成都會型機場，不利於航空運量提昇之需求。有鑑於此，行政院於民國 91 年 11 月 11 日核定遷至清泉崗機場（跑道長 3,658 公尺），以提昇運量、邁向國際化，並於民國 93 年 3 月完成遷移作業。

清泉崗機場為目前臺中地區僅有之軍民合用機場，規劃定位為中部國際機場。位於臺中市市區中心西北方約 15 公里，大肚山綿延之丘陵臺地上，有利於飛航安全，北有大甲溪，西臨臺中港，東臨國道高速公路，全基地周邊均為省(縣)道－中清路、神清路、和平路所圍繞，清泉崗機場的周邊市區為大雅區、神岡區、清水區、與沙鹿區。

貳、文獻與政策分析

一、臺中都會區捷運系統

「臺中都會區大眾捷運系統烏日文心北屯線建設計畫」目前已正在興建中，路線行經臺中市北屯區、北區、西屯區、南屯區、南區及前臺中縣烏日區，全長約 16.71 公里；高架段約 15.94 公里，地面段約 0.77 公里。設 18 個車站，並於北屯區旱溪西側設置五級維修功能之北屯機廠 1 座。全線共設 16 座高架車站、2 座地面站（G17 站及 G0 站），並於 G4、G13 及 G17 站轉乘臺鐵或高鐵。本路線工程建設總經費為新臺幣 485.93 億元，加計用地成本 27.97 億元，則為 513.90 億元。全計畫期程預定於 104 年 10 月完工通車。

資料來源：臺北市政府捷運工程局網站

圖 4-4-2　臺中捷運綠線路線及車站位置圖

為建立臺中都會區大眾捷運系統，目前正研擬後續計畫路網，現階段核心路網規劃內容包含：(1)藍線：始於東海大學經臺中港路、民權路、建國路、振興路、太平路、中興路、中興東路至東平路止；(2)橘線：始於水湳經貿園區經中清路、大雅路、公園路、精武路、雙十路、建國路、國光路、大峰路、草湖路至霧峰鄉林森路止；(3)綠線(烏日文心北屯線)延伸至彰化市。

未來願景路網將視民眾需求以及都市發展程度，考慮將藍線延伸至臺中港、清泉崗機場，橘線往北延伸至清泉崗機場、往南延伸至南投，綠線延伸至彰濱地區。

礙於傳統軌道式大眾捷運系統之建造成本過高的問題，目前臺中市政府交通局正積極推動公車捷運系統（BRT），希望在預算以及大眾運輸建設上取得平衡點，已正在動工之綠線除外，目前 BRT 規劃路線包括原有的藍、橘線，並新增棕、紫、黃、金四線，一共六線，路網遍及全臺中市 29 處行政區。其中橘線走中清路，連接大雅、霧峰等區；棕線走崇德路，經洲際棒球場、潭子區、豐原區、中科二期基地，再到后里區；而紫線則是與綠線結合的環狀線，行經北屯區及大里區、太平區等地；黃線為環狀線，由大安區經外埔區至后里區；金線則是要走豐原—山城地區—新社，連結豐原區、石岡區、東勢區、和平區、新社區。

資料來源：臺北市政府捷運工程局網站

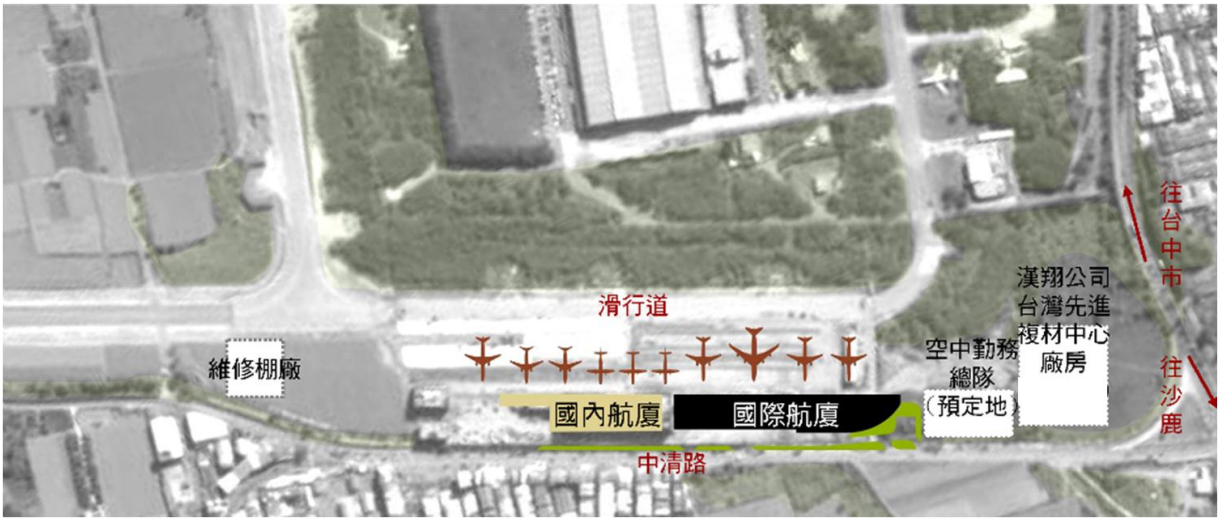
圖 4-4-3　臺中捷運後續規劃路網及車站位置圖

二、中部國際機場

在兩岸直航之後，國際線的旅客人次逐漸成長，臺中航空站的營運也漸趨穩定，目前計畫改建現有之航站，擴充國際航廈空間，此外在貨運站方面也規劃出一塊貨運專區，因本初為軍用機場，所以並無貨運場站。原清泉崗機場本身腹地廣大，目前臺中航站方面也積極爭取用地，但礙於公務行政程序問題，因此目前僅航廈改建方面初步完成，規劃之新航站及貨運站的設置則仍卡在環評及公部門的決策，此點除無法就近形成中科供應鏈外，更將使清泉崗機場未來之發展受到極大的限制。為因應未來發展趨勢，臺中航空站方面曾提出中長程發展計畫，將其所在之清泉崗機場整體配置做合乎預期之規劃，根據該項規劃，未來客運主體航廈面向北方，空側預留發展衛星式登機廊廳之空間，同時設置貨運站提供航空貨運服務，且將貨運站設於接近中科之場區南側，期使客貨分流，並收儘速處理中科（乃至中部地區）貨品運送程序之效。

在交通部 100 年度施政目標與重點中，有關中部國際機場的建設有：中部國際機場整體規劃以及中部國際機場第一期發展計畫-第一階段工程（民國 98 年奉行政院核定），內容包括：一、興建國際航廈樓地板面積由 7,500 平方公尺增為

20,000 平方公尺以上。二、航站區 W 滑行道東移、W3 滑行道東移、滑行道淨空改善（W,W2,W3）及 W2 部份改線。三、D 類停機位 5 架位、棚廠、污水場及試車坪停機坪、航站區北側停機坪（面積約 1.2 公頃）等擴建及新建工程。完工後新增每年可服務 135 萬人次之國際線航廈，以及 5 座空橋，可停靠空中巴士 A320 機型等中長途客機（詳圖 4-4-4）。



資料來源：臺中航空站

圖 4-4-4　臺中航空站未來航廈規劃示意圖

三、臺中港特定區

臺中港特定區計畫自民國 61 年就已發布實施，但由於許多因素例如：原規劃內容與實際發展狀況不符、人口成長不如預期、缺乏專責單位的推動等等，使得此計畫無法落實，故歷年來經過多次的變更計畫以及變更計畫圖：民國 87 年 5 月 25 日「臺中港特定區計畫（第二次通盤檢討）」、民國 92 年 12 月「變更臺中港特定區計畫（土地使用分區管制要點專案通盤檢討）」等。並於民國 91 年起辦理臺中港特定區都市計畫樁轉換作業，重新佈設四等測量點；民國 92 年辦理臺中港特定區第一、二、三期及港埠專用區都市計畫數值地形測量暨都市計畫圖重製工作。民國 93 年配合臺中港特定區（市鎮中心）開發，調降原本規劃過高之公共設施，並清查區內土地權屬將部分有最小建築基地區限制解除，增加市地重劃的可行性。民國 94 年考量臺中港特定區計畫範圍內民眾長期土地開發使用限制，對區內土地分區管制要點進行專案通盤檢討，將原本的土地使用管制項目以表列方式列舉各土地使用分區容許使用項目，增加許多住宅區可作為商業及辦

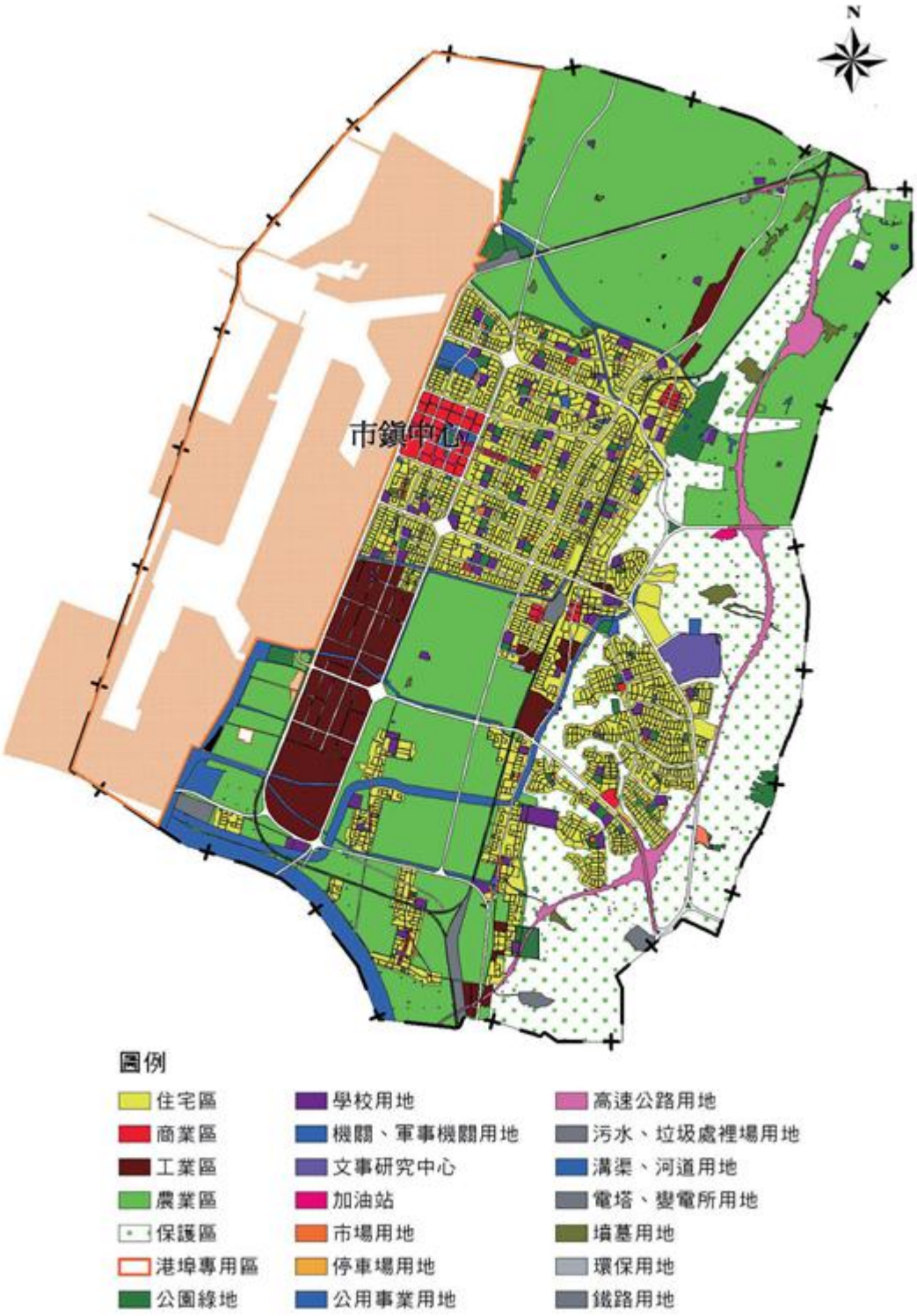
公服務使用項目，另第四、五種住宅區得依《都市計畫法臺灣省施行細則》第16 條申請大型商場使用，對地方發展有密切助益。臺中港特定區計畫圖重製案目前已送內政部審查，預計變更通過後將可建構一完整的圖形檔案，提昇都市計畫圖的精確度。

終於民國 100 年 2 月 17 日由臺中市都市計畫委員會召開縣市合併後首次會議，重新檢討「變更臺中港特定區計畫（第三次通盤檢討）」案，決議納入民眾期待之觀光旅遊景點、新建道路等建設，以及胡市長所提之大型購物中心及文化建設，並考量中臺灣區域整體發展進行翻新檢討。臺中港特定區計畫範圍北起大甲溪南岸，南至大肚溪北岸，往東以大肚山為界與市區相接，西至臺灣海峽，土地呈方正格局，南北長約 17 公里，東西寬約 13 公里；涵蓋全部梧棲區、大部分清水區、沙鹿區、龍井區以及小部分之大肚區。計畫之目標為：(1)改善臺中港特定區居住休閒及娛樂之生活水準與環境品質；(2)提高土地之有效利用。

參、小結

由以上政策分析，我們可以知道臺中市的捷運、機場、港口等重大交通建設在規劃面都已經完成，但實際建設的部分則是慢慢地在進行中，畢竟臺中市才剛剛升格為直轄市，不若臺北市與高雄市早已經升格 40 年及 30 年，在城市的發展上，臺中市才剛拿到入場卷，要邁向國際型大都市，還有很長的一段路要走。

以往競爭力的唯一指標就是生產力。但城市的競爭力則是多面向的，以全球城市競爭力報告（City Competitiveness）的一級指標而言，即包括「企業本體、產業結構、人力資源、硬體環境、軟體環境、生活環境以及全球聯繫」等 7 大面向，而與交通運輸有關的全部包含在「全球聯繫」底下，分成陸運、海運、空運以及信息、居民、企業聯繫等二級指標（詳見第三章）。從報告中我們可以看到臺北市從 2007 年的 112 名，躍進到 2009 年的 38 名，其中關鍵就在於交通運輸以及產業經濟發展等方面的提昇，這點值得臺中市來借鏡，重點的投資以及發展交通運輸，不管是國際的大眾運輸（海空港）或者是市內的大眾運輸（鐵公路、捷運、公車），都有可以著手之處，例如今年臺中市交通局所推動的許多有關於公車的政策，自行車道的建置，還有目前正在興建的臺中捷運，都是可以讓臺中市在打造低碳城市的同時又能夠提昇都市競爭力的要項。臺中市在 2009 年的排名是 175 名，到 2011 年的報告出爐之前都還有很多可以成長的空間。



資料來源：臺中市政府網站

圖 4-4-5　臺中港特定區計畫圖

第五節　科技產業走廊發展

由於北、中、南三大生活圈的形成需要諸多條件及資源的配合，並透過區域整合來達成，為此臺中縣與臺中市已於民國 99 年 12 月合併為臺中市，以做為帶動中彰投區域發展的關鍵城市，而不論就地理交通、產業水平、兩岸對等交流位置乃至亞太地區的相對區位而言，臺中市皆位居中樞位置，擁有許多內外在的優勢條件，故透過資源的有效整合，不但能使臺中成為極具國際競爭能力的國際階層都市，還能進一步帶動周邊城市發展，實現臺中市的國際願景。

不論由國家競爭力談到目前城市競爭力的概念,其中所涉及到的層面可從文化、社會、政策、至環境面向等等，不過最為核心的問題還是在於一個城市是否具備支撐整體發展的經濟能力。更為明確地說，經濟能力的研究核心在於產業的競爭能力與聚集效益上，故若需提昇臺中市的整體競爭力，則須先行瞭解臺中市產業的發展狀況。

壹、現況分析

目前臺中地區已有頗具規模的產業與產業聚落之發展,其中以科技產業最為發達，包括精密機械、光電、航太、精密電子元件、運輸工具、生物醫療及材料等等產業，也是目前政府於產業政策中所極力輔助的方向，如愛臺 12 項建設中所提及之中部高科技產業新聚落方案及中彰投產業創新走廊等,借助科技產業群聚領頭之能力，凝聚中部地區產業分布配置，並串連傳統產業及各輕、重工業以完整中部區域整體產業鏈上、中、下游之發展。

一、臺中市科技產業區塊

臺中市乃為臺中都會區之核心，於產業方面則藉由中部科學園區之開發營運，配合既有臺中工業區之基礎，拓展連結至臺中精密機械科技創新園區、文山工業區及環隆科技工業園區之相關資源，做為中部科技產業走廊之一環，發展精密機械、光電、生化與航太等中部優勢科技產業，成為中臺灣之產業重鎮，配合產業發展連結周圍腹地，以作為中部科技廠商之上、中、下游及衛星園區資源之聚集。而依據臺中市未來都市發展願景所提出之「多元產業發展」功能區劃及聚集效應，已規劃推動下列產業中心：

(一) 精密科技成長中心

串連中科后里基地、神岡豐洲科技工業園區、聚興精密機械、舊社精密機械及外埔工業區等精密機械及高科技產業資源基礎及發展潛力。

(二) 研發科技成長中心

配合既有臺中工業區基礎及中科臺中基地優勢潛力，擴大結合後續規劃推動之臺中精密機械科技創新園區及文山工業區之資源，發展優勢科技及研發產業，建構大肚山科技走廊及形塑中臺灣產業重鎮。

(三) 產業發展聚集中心

將大肚山科技走廊發展腹地往南延伸至烏日、太平、大里既有精密機械加工產業，發揮經濟規模之聚集效應，以建立精密加工業產銷帶。

由於臺中都會區為中部之「精鑰核心」，主要定位於區域產業發展與轉運核心，縣市合併後原臺中縣內設置開發的科技產業區域包含「中部科學園區」、「豐洲科技工業園區」，規劃中的有「清水甲南科技園區」、「烏日（溪南）產業發展區」及擴編之「大甲幼獅工業區」等，也期望未來臺中市透過整合區域內其他工業區，形成中部區域整體產業群聚效應，串連成臺中市高科技走廊帶（參見圖 4-5-1）。形成上、中、下游產業鏈，建構成中部區域科技產業核心基地。

資料來源：鄭慶賢，2010

圖 4-5-1　臺中市高科技走廊帶

二、中部科學工業園區

中部科學工業園區（以下簡稱中科）於民國 91 年 9 月成立，現有區域包括臺中市的臺中園區、后里園區，雲林縣虎尾園區及彰化縣二林園區。中科成立至今，目的在於促進國內經濟與產業發展、加速地方繁榮亦可連結新竹、臺南科學園區等以作為奠定西部高科技走廊之基礎。在產業群聚效應方面，中科已成為全世界最大的 12 吋晶圓廠聚集地。此外，像精密機械、光學鏡頭，以及生物科技、通訊、光電等產業，也都在中科園區範圍內形成具有國際競爭力的產業聚落，為中部產業發展邁向高附加價值、高科技密集之成長基地（參見表 4-5-1）。

表 4-5-1　中部科學工業園區引進產業/機構

臺中園區	413 公頃	光電、精密機械、半導體產業
后里園區	246 公頃	光電、半導體、精密機械
雲林縣虎尾園區	97 公頃	光電、生物科技產業
彰化縣二林園區	635.9 公頃	光電、半導體、精密機械、生物科技、綠色能源
高等研究園區	262 公頃	能源研究、光電產業研發、地區核心產業應用研究、永續環境研究、臺灣文史研究及其他具有前瞻性且無製造汙染之虞的產業研究機構

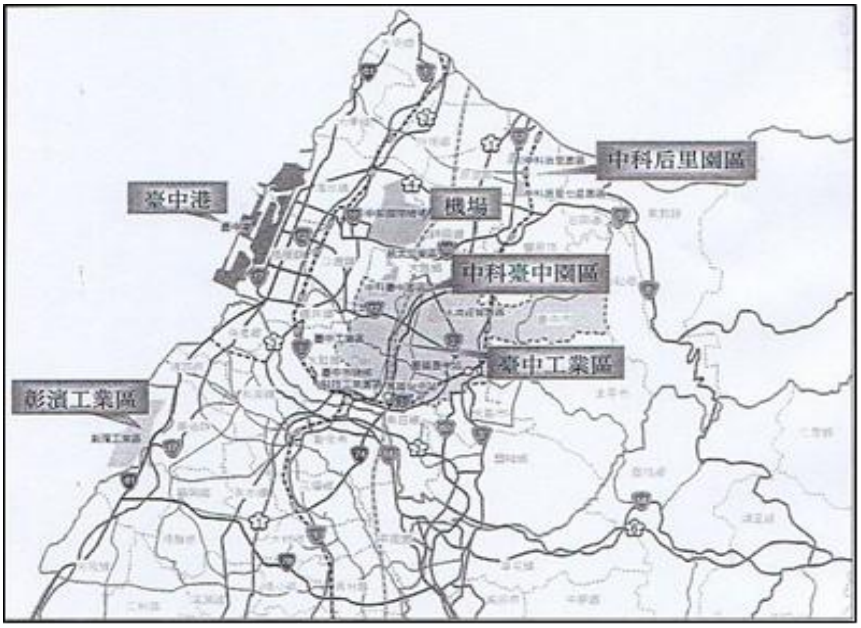
三、中部區域產業現況

目前中部區域產業的發展狀況，以中部科學園區所帶動發展的電子資訊產業來講，包含光電、半導體、精密光學、醫療器材等透過園區的建立也逐漸聚集成為臺中科技產業的基地；而傳統鋼鐵機電與其他金屬製造則分布在臺中市豐原、太平與彰化縣鹿港、和美等地區；臺中市西屯、南屯也有部分機械設備產業集中；另外工業專用機械設備，則在中市霧峰、太平及大里都有相關產業發展；另外再塑化紡織部分彰化和美、伸港及麥寮、則有相當規模的產業聚集；最後一項特色產業就是運輸工具製造產業，如自行車及其零件主要廠商皆聚集在臺中彰化地區，其中巨大與美利達之自行車皆發展成為國際知名品牌。

目前，中部區域各縣市已經發展出許多有特色的產業區塊（參見圖 4-5-2），於中部科學工業園區設立後與周邊各工業區的結合也代表了科技產業與傳統產

業的串聯聚集，由於過去各地區產業發展較缺乏區域資源整合的考量，除不易將資源做最佳的利用外，也不易將各地區的不同產業以聚落型態發展。

然而目前臺中市的產業分布，已有初步的聚集型態出現，一方面不斷的進行科技產業之提昇，也不忘帶動傳統產業的合作與轉型。在資源有限的狀況下，為了使經濟活動發揮最大效益，資源的妥善分配與整合有其必要性。由於臺中市所形成之產業聚落已成為中部產業發展之優勢，故未來期望能夠繼續透過整合、規劃來強健臺中市之科技產業走廊發展，並將產業走廊擴張至中臺區塊各縣市與地方產業連結競合，以完整中部科技產業走廊，並以世界科技產業城市等級為目標，作為提昇整體中部區域科技產業競爭能力之基準。



資料來源：臺中市政府交通處，2010

圖 4-5-2　臺中與鄰近地區主要產業園區分部概況圖

貳、文獻與政策分析

本研究先就關於臺中市科技產業之相關政策計畫做說明，以了解政府對於未來臺中科技產業之發展目標，再透過產業價值鏈及區域創新系統兩大理論之回顧，作為研擬未來臺中市科技產業發展之策略規劃，以提昇臺中地區之產業競爭能力，進一步帶動中部區域產業之競合關係，強化產業成長優勢，成為與國際相互接軌之臺灣中部科技產業聚落城市。

從國家相關產業政策規劃與中、彰、投各縣市之經濟產業相關建設計畫可知（參見表 4-5-2、4-5-3），臺中區域在產業經濟發展面向上，主要規劃方向是將目前中臺區域發展之重要核心地區及相關產業聚落，透過區域資源整合來帶動產業發展，並結合海、空雙港合一之優勢朝向國際化城市邁進。本研究將以國家相關產業發展計畫中之「六大新興產業政策」及「愛臺 12 建設總體計畫」來說明未來中部區域產業發展定位及策略規劃。

表 4-5-2　國家相關產業政策計畫表

計畫名稱	計畫內容	關聯分析
挑戰 2008：國家發展重點計畫(經建會，97 年 4 月)	■產業高值化計畫。 ■國際創新研發基地計畫。	■中部科學園區之規劃，提供高科技產業發展優質環境，促進中部地區產業升級與均衡發展。 ■中部精密機械創新研發社群-促進我國傳統機械加工業與高科技業相結合，使產業價值創新與升級。
愛臺 12 建設總體計畫(行政院，民國 98 年 11 月至 101 年)	■中部高科技產業新聚落。 ■產業創新走廊。	■以光電、新世代晶圓、精密機械、塑膠製品為四大核心產業。 ■推動中科四期擴建計畫。 ■發展中新興村為高等研究園區 ■強化中部國際海空港運籌功能。
六大新興產業政策(行政院，99 年 4 月)	■臺灣生技起發鑽石行動方案。 ■綠色能源產業旭升方案。 ■觀光拔尖領航方案。 ■健康照護升值白金方案。 ■精緻農業健康卓越方案。 ■創新臺灣—文化創意產業發展方案。	■發展半導體、光電、太陽能、生技產業。

資料來源：本研究自行整理

表 4-5-3　中、彰、投縣市經濟產業相關建設計畫表

縣市別	經濟產業相關建設
原臺中市	1. 精密機械科技創新園區一期計畫開發暨二期開發(臺中市政府，97.09) 2. 變更臺中市都市計畫(臺中市政府，97.06)
原臺中縣	1. 新訂中部科學工業園區臺中基地附近特定區整體發展綱要規劃(臺中縣政府，93.12) 2. 變更臺中港特定區計畫(第三次通盤檢討) (臺中縣政府，97.12) 3. 臺中港整體規劃及未來發展計畫(交通部臺中港務局，96.07) 4. 神岡、豐洲科技工業園區(臺中縣政府，98.06) 5. 變更后里都市計畫(中部科學工業園區第三期發展區后里基地-后里農場部分)細部計畫案(臺中縣政府，95.04) 6. 新訂烏日(溪南)產業發展特定區計畫(臺中縣政府，96.06)
南投縣	1. 中興新村高等研究園區籌設計畫(行政院國科會，98.11) 2. 南投縣仁愛鄉高山地區纜車系統發展計畫先期規劃(南投縣政府，98) 3. 南投縣清境至春陽地區纜車系統民間參與可行性評估計畫(南投縣政府，99) 4. 南投縣溪頭至杉林溪纜車系統建置 BOT 案先期規劃計畫(南投縣政府，100) 5. 國道六號延伸至霧社(南投縣政府，辦理中) 6. 廬山遷建埔里福興農場案(南投縣政府，辦理中) 7. 南投精密科學園區計畫(南投縣政府，研擬中) 8. 興建南投縣農工商展覽館案(南投縣政府，研擬中) 9. 南投縣茶博物館設置案(南投縣政府，研擬中)
彰化縣	1. 四大工業之開發(彰化縣政府，99) 2. 新訂彰南花卉園區（含高鐵彰化車站）特定區計畫(彰化縣政府，94.04) 3. 中部科學園區第四期二林園區籌設計畫(行政會國科會，97.10) 4. 自行車主題園區(彰化縣政府，98) 5. 彰化縣自行車運動競技園區工程規劃設計(彰化縣政府，97)

資料來源：本研究自行整理

一、六大新興產業政策

行政院經建會於 2009 年 4 月提出新興六大產業政策，包括綠色能源產業、生物科技、觀光休閒、醫療照護、文化創意、精緻農業等六大項目，希望透過臺

灣既有之兩兆雙星及資通訊產業的基礎，並因應未來節能減碳、人口老化、創意經濟興起世界趨勢，從多元化、品牌化、關鍵技術取得等面向，透過政府的帶頭推動投入更多資源，並輔導及吸引民間投資，以擴大產業規模、提昇產值及提高附加價值，使得在維持我國經濟持續成長同時，亦能兼顧國民生活品質（參見表4-5-4）。

由於中部區域內所發展之科技產業，包括精密機械、光電、航太、精密電子元件、生化、生物醫療及材料等等，都可配合六大新興產業政策來規劃發展，不論透過產業空間分布之聚集亦或是相關產業鏈上、中、下游之連結配合，都是未來臺中市產業發展所亟欲推動的方向，故於愛臺十二建設當中，看見了中部區域產業群聚之優勢，特別規劃設計了產業創新走廊及中部高科技產業新聚落之建設項目，以達成建設中部區域產業走廊之願景。

表 4-5-4　六大新興產業發展策略

產業別	發展策略
生物科技	強化產業化研發能量，承接上游累積的成果，成立生技整合育成中心及生技創投基金，帶動民間資金投入，並成立食品藥物管理局以建構與國際銜接的醫藥法規環境。
綠色能源	以技術突圍、關鍵投資、環境塑造、內需擴大及出口拓銷等策略，協助太陽光電、LED 照明、風力發電、氫能及燃料電池、生質燃料、能源資通訊及電動輛等產業發展。
精緻農業	開發基因選種、高效能高生物安全生物工廠等新技術；推動小地主大佃農、結合觀光文創深化休閒農業等新經營模式；拓展銀髮族飲食休閒養生、節慶與旅遊伴手等新市場，以發展健康、卓越、樂活精緻農業。
觀光旅遊	以拔尖（發揮優勢）打造國際觀光魅力據點，推動無縫隙旅遊資訊及接駁服務；以築底（培養競爭力）改善觀光產業經營體質，培養契合產業需求之國際觀光人才;以提昇（附加價值）深耕客源市場及開拓新興市場，成立行政法人加強市場開拓，推動旅行業交易安全及品質查核等評鑑。
醫療照護	藉由提昇核心技術，擴充現階段醫療服務體系至健康促進、長期照護、智慧醫療服務、國際醫療及生技醫藥產業，打造臺灣醫療服務品牌，帶動相關產業發展。
文化創意	以華文市場為目標，加強創意產業集聚效應、擴展國內外消費市場、法規鬆綁、資金挹注、產業研發及重點人才培育等環境整備策略，推動電視、電影、流行音樂、數位內容、設計及工藝等六大旗艦產業。

資料來源：行政院經濟建設委員會（2009）

二、「愛臺 12 建設總體計畫」之中部科技產業相關計畫項目

該計畫將以 2009 年至 2016 年計 8 年為期，藉由促進區域適性發展、建構產業創新環境、打造城鄉嶄新風貌、加速智慧資本累積，以及重視環境永續發展等五大基本理念，選定十二項優先建設，並整合振興經濟擴大公共建設投資計畫、六大新興產業、水患治理計畫等當前重要施政計畫，加以落實推動。其中有關於中臺區域產業發展之項目為「中部高科技產業新聚落」及「產業創新走廊」兩項，其說明如下:

(一) 中部高科技產業新聚落

其建設目標是以光電、新世代晶圓、精密機械、塑膠製品為四大核心產業，進行產業鏈上中下游垂直整合，匯聚研發能量，建構中部地區成為結合研發、創新、製造之高附加價值產業新聚落。主要重點項目在於包括辦理中部高科技產業新聚落整體發展計畫；推動中科四期擴建計畫；發展中興新村為高等研究園區（含設立工業技術研究院中部分院）；研究發展頂尖研究型大學；推動中部地區核心產業；強化中部國際海空港運籌功能；以及針對中部地區開發案提出之用水及用電需求，妥善規劃資源調配等七大重點項目。

(二)產業創新走廊

其建設目標為強化現有工業區、科學園區與農業科技園區之聚集、整合及創新效益，並連結研究機構及地區產學研資源，做為產業創新驅動平台，並推動創新育成、地區產業群聚、跨領域整合創新應用、人才培訓等服務，配合地方政府促成創新導向之產業群聚。其中關於中部地區中彰投產業創新走廊之規畫為：

1. 中部科學工業園區第四期園區引進高科技旗艦廠商，輔以引進週邊零組件廠，形成光電、半導體、精密機械等產業重鎮。

2. 技術研究院中部分院，建立中臺灣產業創新驅動平台，提供專利諮詢服務，協助設計新產品，促成創新導向產業群聚。

參、小結

目前臺中市的產業分布已有初步的聚集型態出現，主要是以精密機械、光電、電子元件、材料等科技產業為主，而目前政府之產業政策也著眼於中部科技

產業之發展優勢，故規劃出「中部高科技產業新聚落」、「科技產業走廊」等計畫，以奠定中部區域科技產業之地位，強化區域內部整體發展。由於群聚影響產業競爭力甚大，企業隨著成本、資本的評估所驅策的生產結構調整，使企業之生產區位重新布局，再加上國家政策制度的運作規劃及產業技術知識的創新氛圍，都一再吸引產業的遷移聚集。檢視目前中部區域之產業發展概況，可以了解已有初步的聚落成型，如透過中部科學園區之科技產業帶動下，與周圍工業區連結配合，發展成精密工業、電子機械、塑化業等產業之群聚，而未來也持續的朝更穩固的價值鏈關係發展，以達成建構臺中科技產業走廊之目標。

第六節　文化創意與觀光產業發展

壹、現況分析

臺中市擁有多元的文化元素和創意活力，近年來在時尚、休閒、美食等產業皆引領流行，憑藉著流行文化的特質並積極結合觀光發展，臺中市將可成為亞太地區文創的領導品牌城市。

一、臺中市文創產業現況分析

「文化創意產業發展法」三讀通過，是臺灣發展文創產業重要的起步，更有助文創產業的發展。由於尚未有文創產業相關統計的更新數據，故本研究依目前經濟部工業局最新的統計數據分析臺中市文化創意產業 2005-2008 年發展情形。臺中市文創產業家數佔全臺比例前三順位依序為設計產業、建築設計產業及文化展演設施產業（參考圖 4-6-1）；臺中市文創產業營業額佔全臺比例前三順位依序為數位休閒娛樂產業、視覺藝術產業及建築設計產業（參考圖 4-6-2），未來應藉由目前較具優勢的文創產業結合觀光產業，型塑臺中市特有的文創品牌。

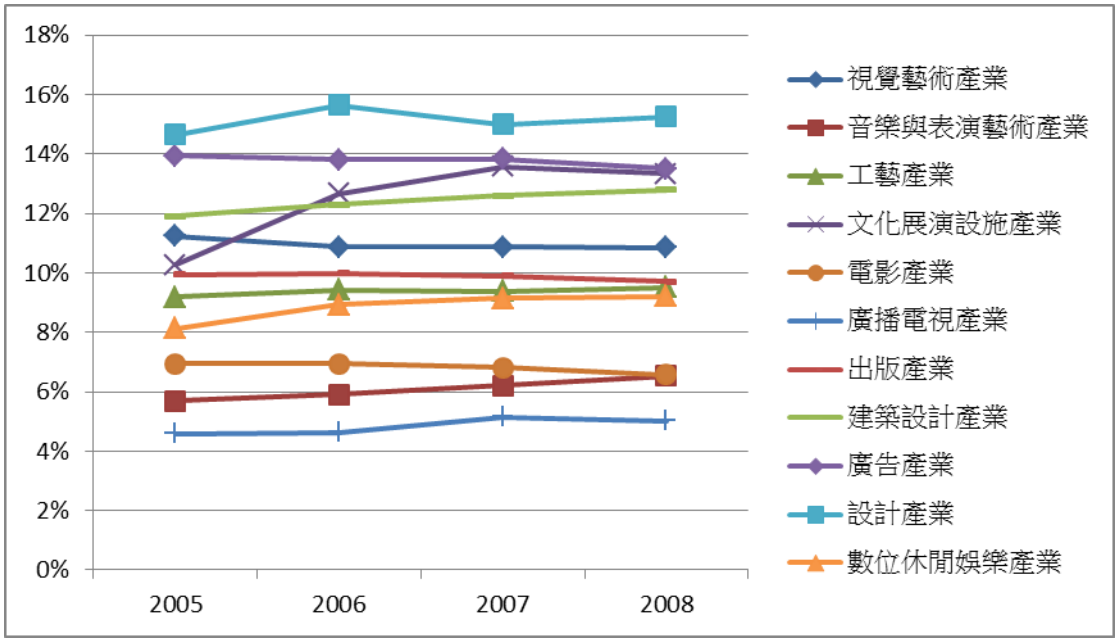


圖 4-6-1　臺中市文化創意產業家數占全臺比例變化圖（2005-2008 年）

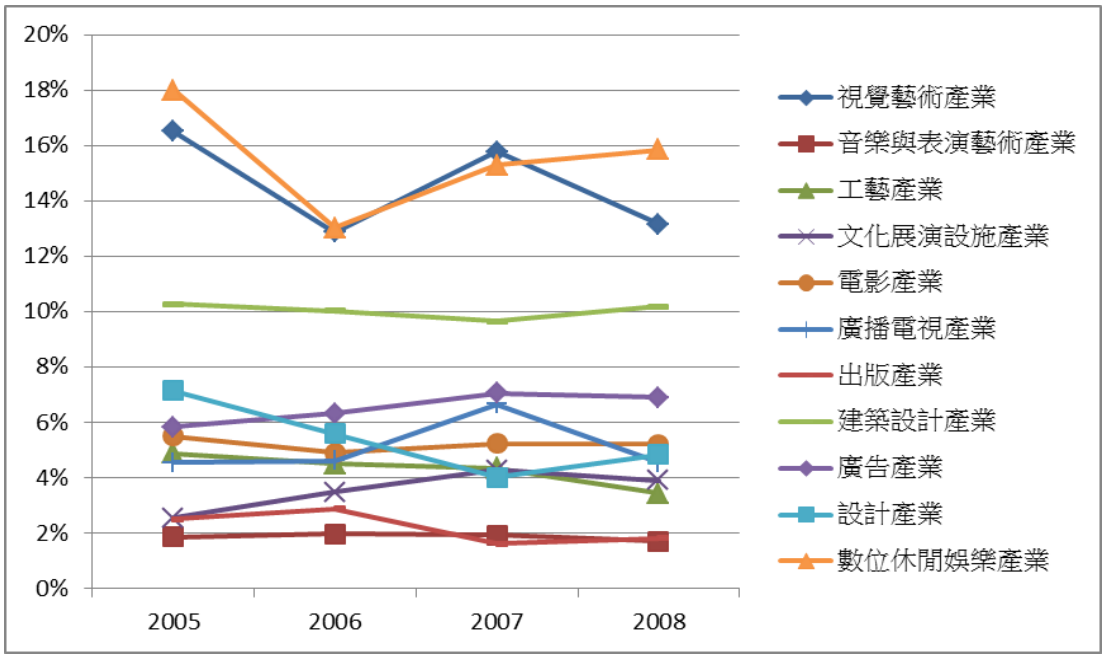


圖 4-6-2　臺中市文化創意產業營業額占全臺比例變化圖（2005-2008 年）

二、臺中市觀光產業發展現況

(一)觀光供給面部份

1.自然資源類

臺中市在自然型觀光資源方面擁有山、河、海、溫泉等資源，故將自然資源細分為親山型及親水型觀光資源，如在大坑風景區一帶的親山型資源，與東部和平區梨山風景區與谷關溫泉等親山型自然資源，以及大安濱海遊憩區與高美溼地等親水型資源。

2.人文資源類

臺中市在人文型觀光資源方面擁有古蹟、歷史性、宗教廟宇、古厝聚落、現代化建築、公園綠地以及文教設施（包含博物館、運動場館、美術館、紀念館等）等豐富觀光資源，如國際魅力據點綠園道（科博館、美術館）、霧峰林家花園、大甲鎮瀾宮等知名景點。

3.地方特色產業類

臺中市在產業型觀光資源方面擁有購物商圈、專業特色街區、休閒農漁業以及觀光休閒據點，如逢甲夜市、一中街特色街區、精明一街等，以及地

方特色產業群落，例如新社老街、中社觀光花市、觀光工廠等。

(二)觀光需求面部份

(1)臺中市觀光發展現況

目前，臺中市已獲得中央競爭型國際觀光魅力據點示範計畫－綠．園．道－都會綠帶再生，透過營造國際級魅力據點的方式，同時透過本計畫將臺中市的觀光資源整合，建立臺中市觀光資源階層體系，適切運用地方特色與產業，進行觀光發展行銷策略的建構，搭配相關創意國際活動，將有限的資源，運用無限的創意，透過各式套裝旅遊路線的包裝，推展臺中市的觀光。

同時，臺中市政府結合觀光拔尖領航方案之全臺五大區域定位之概念，將臺中市之婚紗、糕餅、精品汽車旅館、珠寶金飾等相關地方產業整合成為幸福產業，目前也已獲得經濟部之地方產業發展整合型計畫之經費補助，進行為期三年期之計畫補助（98 年～101 年），而根據「幸福恆久．愛在臺中—臺中市幸福產業整合暨國際輔導行銷計畫」之內文提到全臺相關幸福產業之年產值至少六百億新臺幣以上，目標客群將先以來臺大陸遊客作為婚紗假期之首要行銷對象；此外，臺中港成為兩岸直航港之後，旅運需求將會增加，同時臺灣與中國大陸因地理環境與旅遊風格上之差異，可包裝或規劃成兩種不同之旅遊產品，將可提供國際旅客多樣化的選擇，因此幸福旅遊之新興品的推廣，將可為臺中市之觀光旅遊帶來新的契機。

同時，在宗教觀光方面，宗教朝聖活動可為未來大臺中吸引大陸觀光刻得重要吸引力因子，透過兩岸同源的信仰文化，吸引朝拜民眾到訪臺中或中部其他縣市。因此，建議透過建立主題活動的方式，以宗教觀光為主題，搭配主要遊憩資源點之套裝遊程，引入觀光人潮，建立臺中宗教觀光主題遊憩活動。

另外，在會展觀光部份，也是未來大臺中可以發展的觀光新藍海，由於中部科學園區與精密機械園區皆設立在臺中，同時，未來水湳經貿園區將擁有大型會議展覽空間，可供上述園區產業應用。而國際會議展覽產業（Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions, MICE）所帶動相關產業的發展，就業機會的增加，及所產生乘數效果，是非常可觀的，所牽涉之觀

光旅遊產業包括：運輸、旅行、餐飲、旅館等。目前，對岸經濟發展快速成長，相關企業為犒賞員工，會委由旅行社舉辦短期旅遊。而中臺區塊範圍，擁有對於陸客極具吸引力之觀光據點－南投日月潭。因此，可瞄準此一觀光藍海市場，以海運（臺中港）、空運（清泉崗機場）、高鐵三門戶之策略，提昇觀光便利性，營造具有臺灣味之旅遊行程，並提昇旅遊品質，便可能成為提昇大臺中觀光旅遊經濟產值之新利器。

(2)國內觀光產業市場需求現況

觀光旅遊委員會（WTTC）「2007 年世界觀光衛星帳（TSA）」評估，2007 年臺灣觀光旅遊總需求達 378.9 億美元，成長 10.05%；觀光旅遊產業 GDP 占總 GDP 比 1.17%，創造 16 萬 9 千個就業機會（占總就業人 1.64%），觀光旅遊經濟 GDP 占總 GDP 比 4.51%，創造 53 萬個就業機會（占總就業人 5.16%）。

由於目前交通部觀光局僅完成 1996 年與 1999～2007 年臺灣觀光衛星帳之編製，因此本計畫根據交通部觀光局委託臺灣經濟研究院編制之 2007 年臺灣地區觀光衛星帳數據，2007 年整體觀光支出達新臺幣 5,624 億元，其中以國人國內旅遊之觀光支出最高，達 2,192 億元，來臺旅客支出次之，達 2,080 億元，國人出國觀光支出最低，為 1,351 億元。

隨著來臺旅客人數增加，來臺旅客消費支出創下新高，根據 2010 年來臺旅客消費及動向調查報告顯示，2009 年觀光外匯收入為 87.19 億美元，較 2009 年高出 19.03 億美元，來臺旅客平均每人每次消費 2010 年為 1,566 美元。

另外，在 2010 年國人國內旅遊與出國觀光項目之支出金額，2010 年皆較 2009 年上升 19.68 億美元與 26.725 億美元，在國內旅遊觀光支出項目中，交通仍為觀光支出最大項目，佔 26%，次為住宿約佔 17%，餐飲及購物佔 24%與 23%。2010 年觀光收入總金額約為新臺幣 5,140 億元，佔當年全國 GDP 之 3.78%。

(3)國人國內旅遊概況

依據「中華民國 2010 年國人旅遊狀況調查報告」結果顯示，2009 年國人平均每人國內旅遊次數為 6.08 次，推估 2009 年 12 歲及以上國人國

內旅遊總次數約為 123,937,000 旅次（成長 26.5%）；平均每人每次旅遊天數為 1.49 天；旅客對所到過的遊覽地區整體滿意度為 98.0%。

A.國人國內旅遊消費為正成長

2009 年國人國內旅遊每人每次平均費用為新臺幣 1,289 元，較 2009 年的 1,252 元高。各項費用支出由高至低依序是交通、餐飲、購物、住宿、娛樂及其他費用；推估全年國人國內旅遊總費用為新臺幣 2,381 億元。

B.民眾利用「周末或星期日」從事國內旅遊比例上升

國人多以利用「週末或星期日」從事旅遊最多，占 60%，較 2008 年減少了 1%，而利用「平常日」從事旅遊者則較 2009 年增加 1%。另以旅遊目的觀察，2010 年民眾主要因「觀光、休憩、度假」目的旅遊者占 79%，而有 20%是「探訪親友」，如表 4-6-1 所示。

C.國民國內旅遊活動型態

2010 年民眾在國內的旅遊方式大多數採「自行規劃行程旅遊」（占 88.4%）；有 70%的旅次是「當日來回、未外宿」，故相對約有 70%的旅次是在居住地區的鄰近區域從事旅遊活動。

表 4-6-1　國人國內旅遊目的　　單位：%

旅遊目的		2010 年	2009 年
觀光休憩度假	純觀光旅遊	64.5	65.9
	健身運動度假	4.7	5.4
	生態旅遊	4.3	2.6
	會議或學習型度假	1.4	1.0
	宗教性旅行	4.5	4.6
	小計	79.4	79.5
商(公)務兼旅行		0.9	0.9
探訪親友		19.6	19.2
其他		0.1	0.4
合計		100.0	100.0

資料來源：交通部觀光局，〈國人旅遊狀況調查報告〉，2010 年

D.喜歡的遊憩活動以「自然賞景活動」的比例最高

從表 4-6-2 可以看出，不管是在 2009 年或 2010 年，民眾喜歡的遊憩活動以「自然賞景活動」的比例最高（53.8%），在 2010 年喜歡的遊憩活動以從事其他休閒活動居次（37.2%）。

表 4-6-2　2010 年旅遊時喜歡的遊憩活動

遊憩活動	2009 年	2010 年
自然賞景活動	**45.3**	**53.8**
觀賞海岸地質景觀、濕地生態、田園風光、溪流瀑布等	23.6	31.8
森林步道健行、登山、露營	18.6	25.5
觀賞動物，如賞鯨、螢火蟲、賞鳥、貓熊等	3.4	5.1
觀賞植物，如賞花、賞櫻、賞楓、神木等	9.1	12.0
觀賞日出、雪景、星象等自然景觀	3.2	3.2
文化體驗活動	**22.3**	**26.7**
觀賞文化古蹟	5.0	5.1
節慶活動	3.4	1.3
參觀展覽	5.3	9.2
傳統技藝學習（如竹藝、陶藝、編織等）	0.7	0.9
原住民文化體驗	0.6	0.8
宗教活動	7.4	8.2
農村生活體驗	1.1	1.2
懷舊體驗	0.5	0.8
參觀有特色的建築物	1.2	1.8
戲劇節目熱門景點(電影、偶像劇拍攝場景等)	-	0.1
表演節目欣賞	-	2.5
運動型活動	**5.3**	**5.7**
游泳、潛水、衝浪、滑水、水上摩托車	1.5	2.0
泛舟、划船	0.3	0.3
釣魚	0.4	0.4
飛行傘	0.0	0.0
球類運動（如高爾夫、網球、籃球、羽球等）	0.1	0.2
攀岩	0.0	0.0
溯溪	0.1	0.1
滑草	0.0	0.1
騎協力車、單車	2.8	2.9
觀賞球賽	0.1	0.0
遊樂園活動	**3.5**	**6.1**
機械遊樂活動（如碰碰車、雲霄飛車、空中纜車等）	1.6	3.2
水上遊樂活動	0.7	1.0
觀賞園區表演節目	1.0	2.5
遊覽園區特殊主題	0.6	0.8
美食活動	**26.1**	**33.8**
品嚐當地特產、特色小吃、夜市小吃	24.8	32.3
茗茶、喝咖啡、下午茶	1.5	3.1
健康養生料理體驗	0.2	0.2
其他休閒活動	**25.2**	**37.2**
駕車（汽、機車）兜風	1.2	1.8

泡溫泉（冷泉）、做 spa	4.4	5.6
逛街、購物	17.2	27.8
觀光果（茶）園採摘品嚐	0.8	0.9
乘坐遊艇、渡輪、搭船活動	1.7	2.8
纜車賞景	0.1	1.9
其他	1.0	0.9
看電影	-	0.5
都不喜歡、沒有特別的感覺	**3.7**	**-**
純粹探訪親友，沒有安排活動	**14.1**	**15.0**

資料來源：交通部觀光局，〈國人旅遊狀況調查報告〉，2009、2010 年

(4)來臺旅客旅遊概況

根據觀光局調查資料所示，2010 年全年來臺旅客總計 556.7 萬人次，如表 4-6-3 所示。由於 99 年國際金融及經濟逐漸復甦，各國 outbount 市場皆呈現正成長趨勢，由於各國海外旅遊意願提高，使我國各主要市場來臺旅客穩定成長，尤以觀光目的來臺成長 58.31%表現亮麗。2010 年全年各主要客源市場，「觀光」目的旅客為 324 萬 6,005 人次，成長 58.31%，「業務」目的旅客為 93 萬 7,777 人次，成長 16.84%。

表 4-6-3　來臺旅客統計表

居住地			2009 年	2010 年	成長率%
亞洲地區	日本		1,000,661	1,080,153	7.94
	港澳		718,806	794,362	10.51
	韓國		167,641	216,901	29.38
	中國大陸		972,123	1,630,735	67.75
	東南亞地區	新加坡	194,523	285,734	24.06
		馬來西亞	166,987	241,334	71.11
		合計	689,027	911,174	32.24
美洲地區	美國		369,258	395,729	7.17
		合計	442,036	474,709	7.39
歐洲地區		合計	197,070	203,301	3.16
大洋洲	澳大利亞		57,147	62,254	8.94
	紐西蘭		8.011	8,644	7.90
		合計	66,173	71,953	8.73
非洲地區		合計	7,735	8,254	6.71
		未列明	26,906	26,000	-3.37
		總計	**4,395,004**	**5,567,277**	**26.67**

資料來源：交通部觀光局，〈99 年來臺旅客按居住地分析統計〉，2011 年。

依照 99 年來臺旅客消費及動向調查報告，來臺旅客消費及動向調查報告如下說明。

A.在旅遊資訊取得以觀光宣傳廣告或旅遊報導為最多

受訪旅客來臺前曾看過臺灣觀光宣傳廣告或旅遊報導者占 61.22%，其中以網際網路、電視電臺、親朋好友來臺口碑宣傳、旅行社宣傳行程、摺頁報章雜誌等五種宣傳影響旅客決定來臺觀光的程度較高。

B.來臺後希望取得旅遊資訊的地方以旅館及機場入境處為最多

旅客來臺後希望取得的旅遊資訊地點以旅館最多、其次為機場入境處、最後為電腦網際網路與旅行社。另外，旅客來臺後希望取得的旅遊資訊依序為旅遊景點簡介、餐飲資訊、及旅遊地圖或開車路線圖。

C.吸引旅客來臺之觀光因素主要為風光景色與菜餚

吸引旅客來臺觀光因素依序為風光景色、菜餚、臺灣民情風俗和文化、歷史文物、物品價格等。由主要市場觀察，吸引日本旅客來臺觀光主因為「菜餚」；其餘主因皆為「風光景色」為最多。

D.六成三觀光目的旅客來臺旅行方式為「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」

就主要目的而言，觀光目的旅客以「參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦」者為主，占 63.11%；業務及國際會議或展覽目的旅客均以「自行來臺，抵達後請本地旅行社安排旅遊活動」者為主，分別占 51.38%及 49.07%，如表 4-6-4 所示。

表 4-6-4　99 年旅客旅行方式 - 以主要目的分　　單位：列百分比%

目的別	參加旅行社規劃的行程，由旅行社包辦	自行規劃行程，由旅行社包辦	請旅行社代訂機票及安排住宿	自行來臺，抵達後曾請本地旅行社安排旅遊活動	自行來臺，抵達後未曾請本地旅行社安排旅遊活動
全體	**42.55**	3.11	24.70	0.48	29.16
觀光	**63.11**	3.87	14.88	0.46	17.68
業務	2.20	1.65	**51.38**	0.34	44.43
國際會議或展覽	12.04	1.85	**49.07**	0.93	36.11

E.近三年旅客平均來臺 1.50 次，並有六成七旅客為首次訪臺

受訪旅客近 3 年來臺次數以第 1 次來臺比例最高，占 66.77%，平均來臺次數為 1.05 次；其中觀光目的旅客佔 79.98%；業務目的旅客佔 35.28%；國際會議或展覽目的旅客佔 75%。而觀光目的旅客與遊覽景點前 3 名依序皆為「夜市」、「臺北 101」及「故宮博物院」。

F.「購物」、「逛夜市」及「參觀古蹟」為旅客在臺主要活動

受訪旅客在臺期間參加活動以購物為最多（每百人次有 84 人次），其次依序為逛夜市（每百人次有 77 人次）、參觀古蹟（每百人次有 43 人次）、遊湖(每百人次有 32 人次)。

藉由上述觀光發展之供給與需求之相關資料蒐集，後續再透過深度分析，即可瞭解觀光發展之供給面各組成要素的重要性，以及探討觀光客的需求，瞭解觀光市場的趨勢，順勢研擬大臺中主題觀光行銷方案，以完整聯繫大臺中之觀光資源，且健全整備觀光發展供給面之各組成要素，滿足觀光客的需求，提昇大臺中觀光發展永續性。

貳、文獻與政策分析

一、相關文化創意政策分析

(一) 文化創意發展法

文創法已於今（99）年 2 月 3 日公佈施行，透過此法所定義之 16 項產業類別，擬定相關發展政策與策略，協助產業升級發展、人才培力，與促進國人之生活環境提昇與發展。

(二) 創意臺灣—文化創意產業發展方案行動計畫 98-102 年

此策略發展目標主要為立足臺灣，開拓大陸市場，進軍國際，使臺灣成為亞太文創產業匯流中心。在策略內容上內容：分為「環境整備」及「旗艦計畫」二大主軸：（一）環境整備--規劃推動多元資金挹注、產業研發及輔導、市場流通與拓展、人才培育及媒合等。（二）六大旗艦計畫—分別由新聞局推動電視內容、電影及流行音樂產業計畫，經濟部推動數位內容與設計產業計畫，文建會推動工藝產業計畫。在預期效益上，預計提昇家庭娛樂教育及文

化服務支出比率至 15%，六大旗艦產業之營業額至 102 年突破 1 兆元，累計創造約 6 萬 7 千個就業機會，培養約 1 萬人次之專業及中介人才。

二、相關觀光政策分析

(一)觀光拔尖領航策略方案

為因應全球經濟劇烈變化，並有效提昇臺灣產業發展，行政院提出觀光旅遊、醫療照護、生物科技、綠色能源、文化創意、精緻農業六大關鍵新興產業發展策略，期望能在國際大環境不佳的情形下，提昇產業競爭力，突破出口困境，在六大新興產業中，其中一項新興產業觀光旅遊被視為提昇臺灣國際競爭力的重點發展措施，未來將朝發展國際觀光方向規劃「觀光拔尖領航方案」，以新興產業定位觀光產業，以提昇國內旅遊品質，增加外匯收入為重點。政府將運用大三通兩岸航線的增班及未來延遠權拓展的契機，結合規劃中的國際航空城及高鐵國道等設施及便利性，積極發展臺灣成為東亞轉運中心及國際觀光旅遊重要目的地。「觀光拔尖領航方案」將根據觀光資源及市場優勢，重新定位臺灣五大區域與全島觀光發展主軸如表 4-6-5 所示。

交通部指出，區域重新定位後，將推動地方政府可參與提案的「拔尖行動方案」、對產業及人力進行轉型再造的「築底行動方案」，以及創造附加價值的「提昇行動方案」。透過產業再造、人才養成以及附加價值提昇等方案的推出，將臺灣打造為國際觀光要地。計畫推動後，預計今年來臺旅客可達 410 萬人次，至 101 年可提昇達 550 萬人次。

表 4-6-5　觀光拔尖領航方案全臺五大區域定位

區域	定位	發展主軸
北部	生活的臺灣	以藝文時尚設計、流行音樂等為主軸
中部	產業的臺灣	以茶園、花卉、休閒農業、文化創意為主軸
南部	歷史的臺灣	以歷史古蹟、海洋、生態為主軸
東部	慢活的臺灣	以自行車、原住民、有機休閒、太平洋為主軸
離島	特色島嶼的臺灣	澎湖定位為國際度假島嶼，金馬則以戰地風情、民俗文化、聚落景觀為主軸
全島	多元的臺灣	以 MICE（會展）、美食、溫泉、醫療觀光為主軸

資料來源：交通部觀光局（2009）

一直以來，臺中市地區扮演著中臺灣地區觀光旅遊市場的中心樞紐，而根據觀光拔尖領航行動方案中（交通部，2009），採用「由上而下」（top-down）及「由下而上」（bottom-up）之雙軌執行機制，推出「區域觀光旗艦計畫」，打造 5 大區域觀光特色，並推動「競爭型國際觀光魅力據點示範計畫」及「觀光景點無縫隙旅遊服務計畫」，以創造具國際魅力的獨特景點及無縫隙旅遊資訊及接駁服務，營造國際觀光魅力旗艦景點及高品質的旅客服務。同時，「觀光拔尖領航方案」中，未來將定位中臺灣地區為產業與時尚的臺灣，將針對茶園、咖啡、花卉、休閒農業、傳統古蹟、林業歷史、森林鐵道、自行車休閒、文化創意等進行發展。

(二) 旅行臺灣・感動 100

接續旅行臺灣年計畫，並配合建國百年，以聚點成線-「催生與推廣百大感動旅遊路線」、聚點成面-「體驗臺灣原味的感動」及「貼心加值服務」為主軸，形塑臺灣觀光感動元素，爭取國際旅客來臺觀光。

參、小結

從觀光市場的供給與需求可以發現，在開放大陸觀光客後，臺灣國際觀光市場有了明顯變化，目前日本來訪觀光客仍是最多，但大陸觀光客已躍居第二位，未來即有可能成為臺灣國際觀光市場之主力客群。而以臺中市為首的中臺區域，面對未來的觀光市場發展，勢必透過建立更多元化的觀光吸引力與創造觀光需求，來建立中臺區域的觀光品牌，如建立友善的觀光環境，包含觀光旅遊產業的服務水準提高，提昇觀光旅遊資訊的取得便利性，另外透過中臺區域獨有的資源吸引力，如特色景點、宗教文化、新興文化創意產業等，透過不同類型的觀光資源、建立複合式的套裝遊程，在城市品牌與知名度建立前期階段，利用事件經濟，配合一年四季主題活動的行銷，強調旅遊過程中的「品味體驗」，創造觀光吸引力。

第七節　都市更新結構更新

壹、現況分析

一、土地使用

合併後之臺中市土地面積總計 221,489.68 公頃，其中，都市土地面積計 49,704.50 公頃，約佔臺中市總面積 22.44%；非都市土地面積計 75,760.70 公頃，約佔臺中市總面積 34.21%；其餘約 43.35%土地為林班地及部分未登錄地（參考表 5-7-1）。

(一) 都市土地

目前臺中市共有 31 處都市計畫區，面積為 49,704.50 公頃，其包括 11 個市鎮計畫、10 個鄉街計畫、10 個特定區計畫。就土地使用分區而言，臺中市都市土地使用以農業區劃設面積最大 13,518.03 公頃（6.10%），其次為公共設施用地 11,434.80 公頃（5.16%）。另外，住宅區 9,349.95 公頃（佔 4.22%），商業區 963.49 公頃（僅 0.44%）。

表 4-7-1　臺中市都市及非都市土地各項土地使用計畫面積分析表

土地使用項目		面積（公頃）	佔臺中市面積%
都市土地	住宅區	9,349.95	4.22%
	商業區	963.49	0.44%
	工業區	2,531.83	1.14%
	公共設施用地	11,434.80	5.16%
	農業區	13,518.03	6.10%
	保護區	3,084.77	1.39%
	風景區	2,702.47	1.22%
	文教區	92.19	0.04%
	河川區、特定專用區、其他使用區	6,026.97	2.72%
非都市土地	特定農業區	19,157.15	8.65%
	一般農業區	4,838.86	2.18%
	工業區	416.41	0.19%

	鄉村區	1,328.41	0.60%
	森林區	8,628.20	3.90%
	山坡地保育區	36,432.41	16.45%
	風景區	243.84	0.11%
	國家公園區	500.64	0.23%
	河川區、特定專用區及其他使用區	4,214.79	1.90%
	合計	75,760.70	34.21%
林班地（含未登錄地）		96,024.48	43.35%
臺中市總面積		221,489.68	100.00%

資料來源：1.都市土地計畫面積依臺中市城鄉計畫科 99 年底統計資料及其後續相關都市計畫變更案件 2.非都市土地計畫面積依臺中縣、市統計要覽、都市與區域發展統計彙編（99 年）

(二) 非都市土地

臺中市境內非都市土地以山坡地保育區劃設面積達 36,432.41 公頃，約佔臺中市非都市土地總面積的一半，約佔臺中市土地總面積 16.45%，其次為特定農業區（19,157.15 公頃）及森林區（8,628.20 公頃）；另外臺中市尚有超過 43%土地為林班地。臺中市擁有豐富的自然資源，遂土地資源的整合與利用面向，應著重於生態及環境的規劃與保育，以兼顧自然資源的利用與保育。

二、土地供給現況

臺中市未來重要開發計畫包含十二期重劃區（面積約 81 公頃）、水湳經貿園區開發案（面積約 253 公頃）、後期發展整體開發區（面積 1437 公頃）、鎮南休閒專用區（面積約 148 公頃）、高鐵臺中車站特定區（面積約 271 公頃）、捷運北屯機廠臨近地區（面積約 104 公頃）以及「新訂中部科學工業園區臺中基地附近特定區計畫」（計畫區面積約計 3,100 公頃），以及臺中港特定區市鎮中心市地重劃開發，提供 65.11 公頃的可建築用地，遂總計未來可供開發的土地面積約 5,450.11 公頃。

三、臺中市都市更新推動現況分析

民國 88 年 921 地震後，全台震損共計 162 棟集合住宅須辦理重建，遂應儘速協助受災戶辦理更新重建，而台中市最早進行之都市更新亦由此開始，然至

91.1.7 營建署再擬訂「九二一震災都市更新重建－輔導及追蹤管理計畫」，其由技術服務輔導小組，分赴受災縣市辦理二個階段的更新重建技術服務作業。第一階段自 91 年 1 月起至 5 月間，完成 110 處（臺中市共計有 67 處）；第二階段自 92 年 1 月至 3 月，完成 47 處（臺中市共計 25 處）。合計二階段，共完成 157 處（臺中市共計 92 處）社區巡迴輔導作業。

然於 94 年內政部在振興國內經濟、提升環境品質、改善都市機能之目標下，積極推動「民國 94 至 97 年度都市更新示範計畫」及「加速推動都市更新方案」，更於 2009 年 2 月研訂「愛台 12 建設-都市更新推動計畫」，促使台中地區積極發展都市更新。

為了達到都市機能復甦、居住環境改善及增進公共利益之目的，臺中市現共劃定了 14 處都市更新地區，其包含臺中車站附近地區、臺中酒廠地區、新庄仔地區、石頭灘仔地區、忠孝國小地區、第二市場地區、中華路夜市地區、大湖地區、東勢仔地區、臺中州廳附近地區、臺中市體二用地都市更新地區、臺中市北區東方巴黎大樓原址都市更新地區、豐原火車站東側更新地區，其中現正持續推動的有臺中市體二用地都市更新案、臺中市車站建國市場更新單元都市更新案、臺中州廳附近地區更新案以及豐原火車站東側更新地區。

另外，目前臺中市政府現已研擬「臺中市都市更新自治條例」、「臺中市協助民間推動都市更新事業經費補助辦法」、「臺中市都市更新及都市發展建設基金收支保管運用辦法」、「臺中市政府都市更新及爭議處理審議會設置要點」、「臺中市辦理都市更新拆遷補償及獎勵金發放作業自治條例」，此外亦正進行「臺中市辦理都市更新拆遷補償及獎勵金發放作業自治條例」、「臺中市都市更新整建維護補助實施辦法」等法令之新訂程序中。

(一) 體二用地都市更新案

體二用地都市更新案位於臺中市東、北區交界（臺灣體育學院附近），更新單元面積約 10.5632 公頃，其中公有土地權屬約佔 52.7%、私有土地佔 47.3%。體二更新單元鄰近臺中一中及中友商圈擁有完善的生活機能，未來更新後結合附近的臺灣體育學院、文英館、臺中放送局、臺中中山公園等，將擁有超過 40 公頃以上的公共設施開放空間。目前更新單位內除規劃有 4.37 公頃的「體育休閒園區」外，尚有中高開發密度之住宅區釋出約 1 萬坪之建地，預期將帶動週邊房產開發熱潮。為提高開發商投資意願，本更新案將採「公私合

營」模式執行，以都市翠谷（Urban Green Valley）為整體開發願景。在執行進度上，都市更新事業計畫已提送臺中市政府都市更新及處理審議會報告，並聽取各委員對本案規劃設計之建議意見，目前正進行權利變換選配作業，預計在民國 102 年年底前進行招商作業。

(二) 臺中車站建國市場更新案

臺中車站建國市場更新單元位於東區建國路及八德街口（臺中車站東北側），更新單元面積約 3.3061 公頃，公私有土地權屬分佔 96.75%與 3.25%。建國市場更新單元屬市中心精華地帶，緊鄰火車站 100 公尺內未來擬將配合鐵路高架化時程，規劃為臺中車站站前新門戶，打造門戶意象大樓與公園商圈，結合新車站發展帶動舊市區新生活空間風貌改造。

(三) 臺中州廳附近地區更新案

臺中州廳附近地區更新案，位於西區民權路與市府路（現為臺中市政府辦公處），更新單元面積約 4.6387 公頃，公有土地權屬佔 93.34%、私有佔 6.66%。本區域自日治時期以來均屬政治、文化與經濟核心地域，因此古蹟、歷史建築及重要老建築林立，獨特的歷史人文蘊味一直為市民所稱道。「臺中州廳附近地區更新案」在初步定位上以發展時尚藝文特區為方向，以古蹟文化資產保存及區域轉型再生為目標，擁有所有古蹟及歷史建築皆不可拆除或遷移的共識，然確切規劃內容臺中市政府並無預設方向，現將待文化局研擬出州廳古蹟及歷史建築物再利用原則及計畫後，依該計畫進行招商，招商結果擇優者同意其開發。目前除已著手進行都市計畫變更法定程序（內政部審議中）外，將以都市更新方式取得土地後以設定地上權方式招商。

(四) 豐原火車站東側更新案

豐原火車站東側更新案位於豐原火車站東側廣場周邊地區，北至明仁街，西至鐵路用地，南至南村段 927-1 地號南界，東至豐勢路一段，更新單元面積約 1.92 公頃，其中公有土地權屬佔 70.64%、私有佔 29.36%。配合鐵路高架化建設，本區緊鄰火車站高架站體，未來頗具發展潛力，初步規劃方向將配合車站設計，形塑具地標性之廣場，以紓解車站出入人潮與周圍停車空間不足之問題，同時有效的整合豐原火車站兩側之土地使用，透過車站出入口、商場之動線設計與交通之聯通，延續前站商業活動氣息，帶動整體繁榮

發展。本更新案以公辦更新方式辦理，在執行進度上，將調整作業方式，提早研擬招商文件，預在民國 102 年中前進行招商作業。

貳、文獻與政策分析

一、都市更新相關政策

都市更新是在都市計畫範圍內，為了復甦都市機能，改善居住環境，增進公共利益為目的，土地再開發利用上，由政府評定或受理民間申請劃定更新地區與更新單元，實施重建、整建與維護。依據「愛臺十二建設－都市更新方案」，內政部營建署已勘選臺灣超過 100 處的都市更新地區，由更新地區的先期規劃開始，與各地政府及相關國公有機關合作，致力於這些都市更新示範地區的推動，以達成改善都市機能、提振產業發展、增進環境品質的目標。都市更新可分為政府主導及民間主導兩大類別，政府為主都市更新案均以都市再發展為主軸，以提昇城市競爭力為目標進行規劃與設計；除了政府為主都市更新的推動外，更重要的是各縣市政府與民間辦理的社區型都市更新，藉由政府與民間的通力合作以及社區參與的努力下，老舊、窳陋及有安全疑慮的居住環境，可以藉由更新來達到改善（內政部營建署）。

為落實總統愛臺 12 建設政策，積極推動都市更新，內政部已擬具「都市更新產業行動計畫」，經行政院於 99 年 11 月 16 日核定，並提 99 年 11 月 25 日行政院第 3223 次院會報告。臺灣地區 30 年以上老舊住宅約有 302 萬戶，民眾對於透過都市更新改善環境品質之需求殷切，政府為加速推動老舊私有建築重建及整建維護，提出「都市更新產業行動計畫」，以「研訂相關法規及建立都市更新推動機制」及「推動都市老舊合法建築物機能改善」為執行主軸，將透過專業協助、經費補助、教育訓練、低利融資等多重方式，鼓勵並全方位推動都市重建、整建及維護工作，執行期程為 100~103 年，預估經費需求為新臺幣 184 億元。有關各項補助計畫、補助項目、補助經費額度、申請與審查程序等，內政部刻正研議中，將邀集相關單位研商確認，並配合各年度預算編列情形，公告申請補助作業辦法。內政部為了都市更新，而推動以下的都市老舊合法建築物機能改善執行策略，其重點如下：

(一) 適用對象及範圍

都市計畫範圍內屋齡 20 年以上中低層老舊合法建築物，經全部區分所有

權人同意辦理重建、改建及修建者。

(二) 重建獎勵規定：（屋齡 30 年以上）

1. 原建築容積或樓地板面積高於法定容積者，按建物原申請核准容積或原樓地板面積重建。

2. 於規劃設計階段如能導入綠建築手法或提高耐震性能等，予以適度建築容積獎勵。

(三)改建、修建獎勵規定：（屋齡 20 年以上）

1. 既有合法建築物，增設供行動不便者使用昇降機者，其設施升降機間及面積不計入法定建築面積及容積。

2. 提高建築物耐震能力、取得綠建築標章、設置無障礙環境者，給予部分獎勵經費。

(四)提供重建、改建、修建利息補貼

本計畫經費來源分為公務預算及中央都市更新基金，公務預算 4 年編列經費約 134.337 億元，其中 20.417 億元用以支付本計畫各項工作所需費用，其餘 113.92 億元由各部會及地方政府逐年編列預算參與都市更新；中央都市更新基金 3 年編列經費約 50.265 億元，用以推動本計畫相關工作項目，並視各項工作實際進度彈性調整支用。（資料來源：內政部營建署）

參、小結

目前臺中市正積極推動都市更新，其包含四處都市更新計畫正在進行中，與積極研擬都市更新相關法令。而合併後之臺中市土地面積擴大，擁有海港、機場、高鐵等，整體發展力提昇，同時亦擁有豐富的自然生態資源，遂臺中直轄市政府有責任引導都市朝向更健康、更生態、更環保、更節能的發展，然在都市更新方面，若能連結新舊社區，善用內外資源，對未來發展必然可產生乘數效果。

有鑑於此，都市更新不宜再侷限於個別基地之重建更新，而是地區之再發展、再生或活化，遂本項目之研究策略應以地區之再發展、再生或活化為執行更新之主要核心精神、以整建及維護為處理產權複雜及目前較小規模城鎮之更新方式、建置私部門及社區參與機制、形塑人本、節能環境。

第八節　國際化都市行銷暨城市意象建構與城市品牌創造

壹、現況分析

臺中市位於臺灣西半部的樞紐位置，四季氣候宜人。大臺中擁有豐富的地景地貌、多元融合的宗教文化與民族文化、世界美食匯集地、國際水準的慶典活動及豐沛的世界經濟活動等等，這都成為吸引國際觀光客目光與興趣的特色。近幾年來積極以「文化・經濟・國際城」為目標，在軟、硬體方面加強重大旗艦計畫及文化建設，包括展演空間之開拓以及國際性表演藝術活動之推廣、臺中歌劇院、水湳經貿園區、草悟道藝術園道、中部科學園區等等的建設，及大型文化慶典的舉辦，如爵士音樂節、大甲媽祖文化慶典活動等，更強化的臺中的城市魅力，成為在世界城市展現的重要基礎。故如何以創造優質、友善之國際觀光環境，提昇城市之國際形象，為大臺中國際行銷、意象建構城市品牌創造政策的發展重點。

其次大臺中地區工商產業發達並具有四通八達的交通樞紐位置，有縱貫鐵路、高速公路、高鐵、快速道路、臺中港、清泉崗國際機場等，臺中捷運綠線也已動工興建，預計民國 104 年完工通車，綿密的交通網路成了吸引國際廠商投資的利基。特別是臺中港的興建、臺中加工出口出的設立，對大臺中地區的發展以出口為導向的經濟起了刺激作用。另工業發展需要大量的水、電，大臺中地區水力資源蘊藏最為豐富，大甲溪、大安溪堪稱是水力資源蘊藏最豐富的河流，水力資源豐富促使中部經濟快速發展。大臺中地區工業經濟的發展改變了臺灣原來以南、北兩大工業帶爲主的格局，使中部經濟區與北部、南部兩個經濟區形成了三足鼎立的局面。此些經濟及交通樞紐地理中心優勢，亦為大臺中國際行銷奠定重要基礎設施。

大臺中市之文化創意產業資源，成為未來中部區域發展的重要利基。依據 2004 年「區域文化創意產業資源現況調查」計畫案中對中部區域之文化創意產業產值及潛力研究，發現中部區域產業家數及產值最大宗的為工藝產業、其次為設計產業，另外在文化資產應用及展演設施產業方面，也正在蓬勃發展中。故本文先依文化創意產業法之十六項產業分類，建構初步之文化創意產業資源架構。其次在文化創意產業聚落的潛力研究，像是：臺中創意文化園區、臺中大都會歌劇院藝術展演園區、草悟道藝術產業聚落、臺中雙十文化園區、水湳經貿文化三

館、臺中火車站歷史文化園區…等等，以及大甲媽祖文化園區、豐原工藝產業聚落區、后里薩克斯風產業聚落、港區藝術中心、東勢客家文化園區…等等。

圖 4-8-1　臺中文化創意產業聚落分布

大臺中擁有非常多的軟硬體資源，可作為配合大臺中自行車競技暨國際會展及中臺灣音樂美食文化節國際行銷的主體，未來可強化現有資源，提昇軟硬體設備觀光品質，已達國際爭力即吸引力之行銷：

一、軟體建設

1. 夜市及攤販輔導與管理
2. 便捷舒適的交通系統、高鐵接駁系統
3. 市容的整齊
4. 觀光景點的維護
5. 餐飲業的輔導
6. 旅館、商家的管理
7. 廁所衛生、環境清潔
8. 城市的規劃與設計：城市的設計，尤需注意與前述的定位（positioning）

相符合、以及新舊建築物共存、景觀等。

二、硬體建設

1. 綜合現代建築與傳統街屋聚落
2. 創意階級、多元文化人種
3. 舒適的購物環
4. 舒適安全的人行步道及自行車道系統
5. 中科高科技產業園區
6. 臺中歌劇院、水湳經貿園區、科博館
7. 都會公園、中央公園、多元社區公園
8. 臺中美食小吃、夜市文化
9. 自然風光
10. 臺中歷史與名人（林獻堂、林爽文、張達京等等）
11. 古蹟與歷史建築
12. 慶典活動：Events & festivals（大甲媽祖文化慶典、爵士音樂節、舒跑盃路跑活動、臺中花毯節等等)
13. 以自行車體育運動，創造活力城市的意象
14. 娛樂休閒場所
15. 規劃自行車競賽路線結合教堂與廟宇等多元文化場域
16. 夜生活、PUB

貳、文獻與政策分析

一、國際化都市行銷暨城市意象建構與城市品牌創造的定義

隨著全球化的現象已遍及全世界，城市之間的競爭越來越激烈，許多城市正不斷尋求發展方向以增加其在國際上影響力和競爭力。而城市需要行銷，才能提昇城市競爭力。城市行銷的目標族群可因城市對內或對外行銷而有特定的內部目標族群與外部目標族群。同時，城市必須根據城市行銷的策略性目標與行銷方案而鎖定不同的目標對象，從中做出選擇，因為一個城市的資源與優勢條件都是不同的。基於全球流動空間的概念，潛在的居民、企業、投資者或遊客在全球不受拘束地流動，城市為了吸引這些目標族群帶來資本累積與再發展，組織能力與行銷策略方法是很重要的。

城市行銷主體就是「城市行銷產品」。這些產品或許是辦公空間、港口設施、工業園區或一座購物中心，也可能是一座博物館、一場藝術節慶或一場運動競賽。Kotler（1993）則主張地方行銷的產品包括由公共設施、地方機能、政策及民眾等特性所組合成的生活品質、意象及吸引力。Berg et al.認為城市實際提供了一條「產品線」，而這條產品線並不容易從所處的環境中完全脫離出來，此外還高度的相互依賴。他們將城市行銷的產品分為以下三種等級：城市或城市群（城市意象與品牌）、商品群或服務群（都市觀光、港口設施、科技園區等等）、個別的都市商品或服務（博物館、體育場、購物中心等等）。

國際行銷策略中，國際各城市之特色、市場區隔及城市競爭力成為評估要項，城市競爭力係指世界各城市在發展競爭中，與其他城市比較所顯現出生命力、創造財富和收益的能力；另外「產業與國際化」、「政府與建設」、「市場與消費」等也是值得關注的面向。而地方行銷亦為重要國際行銷之基礎，柯特勒（Kotler Philip）為地方行銷所下的定義為：「將地方視為一市場導向的企業，且將地方未來的發展遠景設定成可以吸引人的產品，藉由考慮地方優勢、弱勢、機會與威脅的策略定位，強化都市行銷的利基，如都市形象、基本設施、生活品質等行銷因素，鎖定都市發展的目標市場（如潛力企業、觀光客…等），主動進行行銷，以促進地方的發展」。

二、大臺中現有都市行銷暨城市意象建構與城市品牌創造

目前大臺中的都市行銷暨城市意象建構與城市品牌創造的政策，主要發展主軸為建構「生態、生產、生活」三生永續發展之世界大都市。目的為串連臺中市具吸引力及競爭力的遊憩據點，型塑多亮點的城市觀光意象，透過魅力行銷，打造獨具特色與創造力的觀光休閒城，行銷國際，達到觀光客倍增之目標。針對臺中市特色推動美食觀光產業發展，結合創作料理、珍珠奶茶、夜市小吃等整體擴大行銷，有效推廣多元體驗之深度觀光。另外，為因應縣市合併，市政白皮書依據各區域量身打造各種都市行銷的主要發展策略，包含舊商圈再造、500 里自行車路網計畫、眷村文化館、客家文化觀光中心、各種文化園區及纜車建造計畫…等等。

參、小結

中臺灣具有許多產業財，豐富的地理人文造就了多元化的觀光資源，並具備

軟硬體設施雙向發展，未來可利用既有資源整合觀光計畫型塑主題性，強化大臺中城市品牌及特質建構，並結合再地的軟體資源-文化創一產業強化創意加值，塑造國際化都市之意象，並配合都市結盟及國際組織之交流學習，以達到國際化都市行銷，藉此拓展大臺中國際能見度。

第五章　城市事件經濟之研究

近年來，國際各大城市藉由「事件經濟」來獲取巨大的社會經濟利益，並進而達到城市全面再造的效果，已逐漸蔚為風潮，成為提昇城市競爭力的主要手段。一場經過完善籌劃的事件經濟所帶來之貢獻，可以讓整個城市做全面性的體質改造，甚至是帶動國家發展與經濟活絡的起點。事件經濟可能是世界級的活動、盛會、體育賽事或是國家展現自我風貌的各種產業、文化的包裝行銷事件行為，以下特別針對事件經濟進行說明，期望臺中市未來在提昇國際都市層級競爭力上能有更多的參考依據。

第一節　事件經濟之性質與效益

「事件」（event）的意涵最早是指古代民眾的文化與風土慶典活動，在當時當地之集散廣場進行集聚動作與活動舉辦。而「事件」發展至今，已由單純的文化風俗等主題，進階為多元且涵蓋各種具議題價值性的事件，足以產生相當的動能與誘因，讓一個城市甚至是國家活絡起來，進而達到城市國家的進步發展，更能在經濟上展現其事件經濟的價值。也因此，事件經濟可說是一種時代潮流的創意包裝，透過規劃手段達到人潮聚集的效果，當然，這當中涵蓋的層面，包含著各種層次與類別之專業技術人員、創意產業人才、行銷人才，以及交通、文化、科技、觀光等多面向的整合，藉以獲得整體組織之健全，並在事件萌發到事件具體成形的持續營運階段，創造最成功的事件經濟效益。

事件經濟有人定義為「事件產生之經濟活動的總和」，亦即發掘或是引導一個具話題性或內容意涵的事件主題，經過眾多的專業過程，進行組織、策劃、教育宣導、管理行銷、公關活動、規劃建設等所組合而成的事件活動，而這事件應該會有一個主要的議題，但可從而衍生更多的小子題或小事件，藉以帶動多元產業的集聚或聯盟，進而產生良好的市場經濟效益。在當前國際化的市場上，事件經濟可以將餅做大，吸引的民眾不只限於國內民眾，更期望是國際村的響應，獲得的效益不僅止於事件經濟本身或活動進行期間，而是展望對城市與國家帶來更長遠之正面影響與劃時代的改善。

巴西的嘉年華，正是最成功的事件經濟案例，透過既有的文化元素，將上述

所提到的各層面都做完善的整合與連動，逐漸藉由此一事件經濟，找到了國家特有品牌效益，也成為國際間對巴西之深刻印象。因而，世界各國的遊客願意從四面八方來朝聖，親身體驗嘉年華的魅力，而這也成為巴西持續在文化創意產業強化的動力，針對市場運籌、事件因子的表達方式與傳達媒介進行不斷昇華與精進，這才是讓巴西嘉年華能延續不斷產生效益的主因。

事件經濟是「一與多」的市場效應，透過一個事件，將眾多市場或資源有了加以整合的機會，可以激發出更多機會和可能性，也可能帶動更多傳產或文化的再更新、再進化，而整個事件經濟若要創造出最大的能量，則必須由政府、企業、消費者共同參與，甚至吸引國際上的夥伴來投資，讓整個事件所帶動的經濟效益能有倍數增長，最終促使政府、企業、消費者皆成為事件經濟中的獲利者。以下概略列出近年來國際重大事件經濟，如下表所示。

表 5-1-1　近年來國際重大事件經濟概要

新加坡 F1 (2008)	新加坡大獎賽是一級方程式賽車比賽中的一個分站，2008 年 9 月 28 日首次舉行，也是一級方程式歷史上第一次在夜晚舉行的比賽，賽道的名稱是濱海灣市街賽道（Marina Bay Street Circuit），緊鄰濱海灣。	新加坡大獎賽夜間賽除了為新加坡帶來 1 億新加坡元的旅遊收益，更讓這個彈丸島國在世界舞台上綻放非一般的光芒。
北京奧運 (2008)	共計 204 個國家及地區參與，參賽運動員共計 11,438 人，比賽項目共計 302 項（28 種運動）	收入總計約為 20 億美元。外延產業受益從 2003 年至 2010 年 8 年間，產生總體經濟影響達到 717.06 億美元。
上海世博 (2010)	主題：城市，讓生活更美好（Better City, Better Life） 面積：世博園區 5.28 平方公里 副主題：城市多元文化的融合、城市經濟的繁榮、城市科技的創新、城市社區的重塑	共有 256 個國家和地區及國際組織參展，吸引世界各地 7,308 萬人次參觀者前往，雖經歷全球經濟危機，但目前最新資料顯示，中國中央政府在上海世博會的總投資額達到 450 億美元，是世界博覽會史上最大規模，同時也遠超於 2008 年在北京舉辦的第 29 屆奧運會。

由上表 5-1-1 可以看出國際性的事件經濟，帶動其經濟上的收益成長皆有正面的回應；而除了經濟上考量外，同時也能讓國家城市的能見度在國際上顯著提昇，同時帶動整體性的周邊軟硬體發展。在營造成功的國際活動盛會之餘，也讓整個環境品質與都市國際化能有向前邁進的機會。

表 5-1-2　各國大城市節慶活動表

			人數(2010)	金額
中國	青島	啤酒節	約 330 萬人	約 6600 萬元(人民幣)
	哈爾濱	冰雪節	約 1202.7 萬人	110.61 億元(人民幣)
	香港	購物節	預計 370 萬人	-
	成都	購物節	約 800 萬人	約 20 億元(人民幣)
	上海	世界博覽會	約 7308 萬人	約 795 億元(人民幣)
加拿大	多倫多	加勒比海大遊行	約 120 萬人	-
新加坡	克拉碼頭裡德橋	美食節	約 30 萬人	-
	-	藝術節	8 萬 8 百人次	3980 萬元(臺幣)
韓國	首爾	文化節	預計 1200 萬人	-
德國	慕尼克	啤酒節	約 640 萬人	約 3 億元(歐元)
義大利	米蘭	家俱展	約 35 萬人	-
法國	亞維儂	藝術節	約 130 萬人	-

上表 5-1-2 則是針對各國所營造的單一事件來進行說明，雖只是小型的事件營造，卻也在逐年的籌劃與包裝行銷下，得到了節慶的知名度，進而強化在地民眾的認同感與城市自明性之提昇，而這單一的事件也將逐漸成為該城市年度的大型盛事，所帶動的產業發展與經濟成長皆有實質正面的效益。

事件經濟的效益，除了一般著重的經濟效益外，其實對於整個城市國家內部的政策執行力、民眾凝聚力、教育普及、專業技能產業、環境再造、生活品質的提昇等，都會有揚升的效果，但其持續力是否能不斷延續，則必須靠後續管理與堅持才能得以將「事件經濟」轉化為「永續事件經濟」，臺中市代表臺灣爭取 2017 年東亞運也進入明朗化的籌措階段，過往之事件經濟經驗更是我們所該深切了解與借鏡的，這不僅是臺中市引領中臺區塊邁向國際舞台的機會，更是帶動臺灣整體發展的契機。

臺中縣市於 2010 年 12 月 25 日正式合併升格為直轄市，除了行政層級的進階外，更展望能在這關鍵的歷史時刻將臺中市提昇至國際化都市的地位，不僅扮演臺灣的模範之都，更要讓世界各國看到臺中市的進化，並吸引國外遊客來體驗

轉變中的臺中市。臺中市目前尚處於合併後的磨合階段，過往縣市那條隱形的分隔線消失後，仍有許多地方需要重新審視，如：基礎公共設施水準的均質化、交通建設的聯繫性、文化產業的整併、資源分配的公平性等，都亟需有完善的全套規劃來做為前導政策，讓後續更多的策略執行得以發展與落實，因此，在相關規劃上有良好表現的中國上海世博會、韓國首爾經驗正是可借鏡的事件經濟案例之一。

第二節　事件經濟之案例分析—上海世博會

壹、背景與目的

世界博覽會源起於 19 世紀中葉。因工業革命的發展，英國獲得了百年來舉世矚目的成就，為展現其國力，英國決定在 1851 年舉辦倫敦萬國工業大博覽會。英國女王以國家名義，通過外交途徑邀請歐美十多個國家參展，展期為 140 天，其間還進行展品評比、工藝活動，內容豐富精采，但在博覽會上不直接進行交易活動，從此形成了以後各國舉辦世博會的格局。

此後，西方各國對世博會在展示國力和促進技術、貿易和文化交流等方面的巨大作用產生了濃厚興趣。20 世紀上半葉的世博會基本繼承了 19 世紀「技術中心主義」的基本理念，但也有著顯著的變化。從技術世界中誕生出來的博覽會，試圖站在技術的肩膀上將目光投向更為遼闊的空間，開始更多地關注人文狀況，這是世博會歷久不衰的主要原因。

20 世紀下半葉人們在重建家園、恢復發展並面臨新問題的時候，不約而同地從各個角度想到了「自然」，使近年的世博會均以「永續發展」做為主要發展的理念。常有人把 2000 年舉辦的漢諾威世博會與 1900 年巴黎世博會相比較，用世博會來總結人類在 20 世紀所取得的成就，並進入一個新世紀和一個新千年。日本愛知舉行的 2005 年世博會則以「自然的睿智」為主題，強調「重新連接人類和自然」， 2010 上海世博則以如何「使城市對生活更美好」為主題發展。

2010 年上海世博會在 184 天的展期中，除了讓上海與內地民眾近距離瞭解世界各國之文化、風土環境與新技術的展示，同時也讓更多異地的遊客見識到上海為了舉辦世博而對整體環境改造之執行力與躍進式進步。就在上海於 2002 年成功申請世博會舉辦權時，即訂出遊客人數與參展國家、國際組織皆將刷新過往世博會之目標；當時各界仍存有疑慮，但在 2010 年 10 月底世博會閉幕後，這一切目標的確也都確實達成，不但在世博會舉辦史上寫下嶄新的一頁，也讓世界看到了上海這個城市在進步上的神速。中國上海世博會從申辦成功起至成功落幕後的過程與經驗分析，包括了政治環境、人文環境、社會環境、經濟環境與生態環境五大面向做為發展目的與主軸，在中國上海世博會籌備至後世博時代，正是能將此五大主軸確切落實，完善於國家城市之中，不僅提昇中國上海的國際競爭

力，也帶動中國各都市的緊密聯繫與共同發展。

貳、爭取與推動過程

上海市人民政府於 1999 年在昆明舉辦園藝博覽會期間決定申請承辦 2010 年世博會。2000 年 3 月 17 日，由國務院辦公廳行文於國務院，獲得批准成立 2010 年上海世界博覽會申辦委員會，並決定了申辦委員會成員名單。2000 年 4 月 10 日，上海申辦 2010 年世博會網站（世博網）正式啟動。2001 年 5 月 2 日，中國駐法大使正式向國際展覽局遞交了申請函。除中國以外，申辦 2010 年世博會的還有俄羅斯、韓國、波蘭、阿根廷和墨西哥。2002 年 12 月 3 日，在國際展覽局第 132 次全體大會上，成員國代表經過 4 輪投票，中國最終以 54 票對韓國 34 票的勝利，獲得 2010 年世博會的舉辦權，上海市成為舉辦 2010 年世博會的城市。

2005 年 1 月 20 日，2010 年上海世博會會徽正式發布。會徽以中國漢字「世」字書法創意為形，「世」字圖形寓意三人合臂相擁，你、我、他廣義的人類，突顯出中國 2010 年上海世博會以人為本的積極追求。2006 年 8 月 19 日，上海世博會開幕前的第 1,351 天，在 5.28 平方公里的土地上，世博園區工程建設正式開始。2008 年 3 月 20 日，被譽為世界博覽會歷史的新一頁--中國 2010 年上海世博會「城市最佳實踐區」在黃浦江畔奠基，該區域規劃將城市做為最獨特的展品，展示全球公認的、具有創新意義和示範價值的城市保護及開發之實踐案例。2009 年 5 月 1 日，上海世博會志願者招募正式啟動。按照規劃，預計招募園區志願者 7 萬人，城市志願者 10 萬人。2009 年 11 月 12 日，做作為上海世博會創新亮點之一的「網上世博會」正式上線，網址為 www.expo.cn。國際展覽局將其譽為世界展覽歷史上一次革命性創舉。上海世博會閉幕後，網上世博會仍將繼續歡迎全球嘉賓訪問，使之成為一屆永不落幕的世博會。

2010 年 1 月 1 日， 2010 中國世博旅遊年啟動。世博旅遊的推廣活動貫穿一整年時間。2010 年 1 月 20 日，世博會自願者歌曲《世界》在上海正式發布。2010 年 2 月 8 日，上海世博會指標性建築中國館正式竣工。2010 年 3 月 31 日，經過兩年零三個月的建設工期，上海世博會 5 個永久性建築中最晚開始進行建設的世博文化中心，31 日在浦東世博園區正式竣工。至此，中國 2010 年上海世博會永久性建築「一軸四館」全面竣工。2010 年 4 月 15 日，上海龍耀路隧道的通車，包括八大類 60 個項目的所有世博配套工程項目全部竣工並全面投入使用。2010 年 4 月 19 日，962010 世博熱線作為上海世博會唯一指定官方服務熱線，正式啟

動多語種服務，而且除中文外，熱線還提供包括英、法、日等 12 個語種的語音諮詢服務。2010 年 4 月 20 日， 2010 年上海世博會首場試運行，以此全面檢驗世博會各項系統籌辦工作。2010 年 4 月 27 日，上海世博園進行 2010 上海世博會彩排活動。

2010 年 4 月 30 日，中國 2010 年上海世博會進行開幕式，中共中央總書記、國家主席胡錦濤出席開幕式並宣布本屆世博會開幕。2010 年 5 月 1 日，上海世博會開園儀式在世博中心舉行。隨著中共中央政治局常委、全國政協主席賈慶林與國際展覽局主席共同啟動開園按鈕，中國 2010 年上海世博會正式開園。2010 年 10 月 16 日，上海世博會迎來開園以來極限客流高峰，全天客流達到 103 萬，累計參觀者達到 6,462 萬人次。這兩個數字雙雙刷新世博會歷史紀錄。2010 年 10 月 24 日，上海世博會參觀者累計突破 7,000 萬人次，提前達到預期目標。2010 年 10 月 31 日，中國 2010 年上海世博會正式閉幕。

參、特色與效益

上海世博會從申辦成功起至成功落幕後的過程與經驗，其特色與效益共可分為政治環境、人文環境、社會環境、經濟環境與生態環境五大面向來進行分析與說明。

一、政治環境

根據上海市人口普查資料顯示，上海市的外來人口主要來自於安徽、江蘇、浙江、四川、江西等省，其各地的生活與風土難免有些差異，也因此上海世博會舉辦時，特別在宣導上提出上海世博會是整個國家的動員、國家整體的運作，而非單單為上海城市的發展，如此的宣示與施行，才能讓上海世博會效應的歸屬感更加深遠，同時也降低市民的違法行為產生。這對未來中國大陸其他省份的發展皆有了引領的作用，也能做為典範。中共中央政治局委員陳良宇即曾強調，上海必須藉由此次世博會舉辦積極強化「城市精神」，除了軟硬體的塑造外，城市的文明精神建設更為重要。

為了因應上海世博會營運時所面對之相關問題，上海特別針對政治、經濟、社會與生態來建構一套政策指導系統，以解決社會穩定的改善問題。嚴格的層級負責制度，分別於指揮中心、執行部門、訊息處理部門、公共關係部門等四個層級進行策略擬定。指揮中心是指世博會等籌辦領導機構中專門負責社會穩定工作

的領導階層；執行部門包括了司法體系（公檢司法、消防、武警、國家安全局等）、衛生系統（衛生、防疫、醫院、急救中心等）、邊境檢疫、區域整合等；訊息處理部門是指社會穩定信息收集分析研究部門；公共關係部門是指執行部門之間與國家（城市）間社會穩定事宜的部門。

美國、日本等先進國家早於 20 世紀的 60 年代，即已建構出先進的風險預警系統，多是針對經濟方面的警示，而上海世博會也針對政治指標、經濟指標、社會指標與生態指標進行相關的預警訊號，綠燈表示一切呈較穩定的狀態，皆在社會承受力的範圍內；藍燈則顯示現況處於向穩定或動盪的過渡轉折期；黃燈則表示社會發展已開始出現輕微動盪，且超過社會穩定及其可承受之範圍，並有加劇的可能性；紅燈則顯示整體社會已出現混亂狀態，社會風險已影響到社會的穩定狀況。若發生了各種狀況，先行在其責任分工層級上進行區劃，以指揮中心為首，進行任務指派，以公安部門、國家安全部門、衛生部門、邊檢部門為主要處理機構，進而有快速的責任分工處理突發狀況，以確實掌控上海世博會營運時所產生的各樣問題，提供適時之處理並平息各樣危機狀況。各種社會預警訊號如下表所示。

表 5-2-1　社會預警訊號表

社會風險程度	一級	二級	三級	四級
警級	微警	中警	重警	特警
預警訊號	綠燈	藍燈	黃燈	紅燈

資料來源：諸大建（2004）

上海世博會的建設周期有五年之久，舉辦期間更長達六個月，這樣大的一個工程必須經由一個完整的管理標準與要求，其中包含城市建設的整合規劃、設計、建設與運行，以及公共產品的供給、市場運作的互動，各項的溝通協調問題，必須進行訊息化、系統化與秩序化的管理。同時尚須注重政府、社會、市民的意見處理與改善，不論在其經濟、社區、環境提供更佳的條件，長效的管理機制更為重要，也因此，在其計畫之初即須擬定政策制定的參與者與相關目標設定，如下表所示。

表 5-2-2　整體政策制定框架表

	議題分析	政策制定	政策實施
參與者	學術研究機構 政府部門 社區組織 企業團體	學術研究機構 政府部門 社區組織 企業團體	政府單位 社會民眾團體
目標	1. 訂定社會永續發展的衡量指標 2. 可能產生的問題與解決方式	逐步分層次的設立階段性指標	建立考核體系與公開監督方式

資料來源：諸大建（2004）

二、人文環境

2002 年上海市確定取得世博會舉辦權，這時中國大陸則針對國中小這個階段的學生開始進行八年計畫，因為就在八年過後，當世博會正式於上海舉行時，這些當時的中小學生已成為一群重要的社會群體，同時也正能展現新一代中國大陸人民的文化與風範。有鑑於此，特別針對德育方面設計課程，包含心理適應教學、責任感教育、人生理想教育、心理健康教育等。而上海市更有中學發起「告別陋習、迎接世博」的校外實際參與活動，讓學生與居民進行互動，以「可愛上海人」做為良好人格提昇上的準備。為了落實在地教育的確實感，各校之教育模式多採取「參與式教育」，相信學生能藉由參與提昇其自覺性，並強化自我責任感，而這一切皆必須建構在對世博主題了解與對上海市之深刻認識，於是，上海的城市精神開始受到各個層級學校的廣泛討論，藉由了解上海，讓這群學生能自覺、自發的參與形塑上海的城市精神與城市氛圍。

上海重要的歷史發源皆與水脫離不了關係，因此水就是上海最重要的特色資產、歷史資產。黃浦江旁的外灘建築，呈現了上海近代發展的縮影，更是上海極具特色的文化資。20 世紀末，南浦、楊浦大橋與浦東陸家嘴金融貿易區，匯集於浦江兩岸，更讓黃浦江這代表上海既有水的傳奇持續地延續與發揚，並由此為起點，營造濱江景觀外灘之美，讓水與上海的關係更加的親近。

旅遊文化是一種經濟行為，也是一種文化行為，也因此當能讓上海城市的精神得以展現，不論是其地理環境、文學藝術、宗教信仰、風俗民情、餐飲等皆能帶動屬於上海市的旅遊文化。於上海世博會籌辦之初，上海的特色開始被放大來審視，抽絲剝繭地找到各個元素，企圖藉由各種包裝方式來讓這些屬於上海的因子能讓世界各國之民眾所看見，同時也期望能藉由重新的企劃，讓上海世博會

後，上海的吸引力能持續發燒延續，使國際遊客不斷重遊上海，體驗上海之美。旅遊資源之營造，首要仍在於前述的特色發掘與重塑，然而若要更加具有成效與獲得加乘效果，則必須要有其他模式來輔助，因此，上海世博會的舉辦，也針對這些概念加以強化，譬如：上海重點旅遊區域的規劃，並透過重點項目的建設，進一步將江浙滬等周遭的旅遊點進行串連式合作，以擴大旅遊的範圍與遊程選擇的多元化。

旅遊的品質是目前大眾出遊首要的考量之一，也因此國際化的品牌或是有競爭力之服務品質將是未來吸引遊客很重要的一點，與國外品牌合作當然是最快速，但在地化的品牌或品質的開創力也不能有所怠惰，必須秉持著培養屬於自我的品牌，才能創造更道地的在地化旅遊。而附帶一提的則是管理人才的組織、服務品質的維持、環境維護的照料等，皆是旅遊方面不可忽略的重點。

三、社會環境

上海原本即為中國大陸商業較為發達的城市，早已形成集中的商業中心，整體的發展模式皆較周邊城鎮完善，也因此於本次世博會也順理成章衍生為區域發展核心。同時，上海因地處中國大陸的核心位置，又是商業、旅遊、文化發源的重點區位，因此其地理地位的重要性有其先天優勢，藉由本次上海世博會的舉辦，不但強化了當地基礎建設與現代化的設施，同時也讓交通網絡與周邊的城鎮更加綿密交織，所以不僅在世博會舉辦期間，上海的後世博時代也因這些發展建設，使得上海市與周遭城市形成整體區域的聯通網，對於未來發展之延續性與帶動其他城市進步都是重要的里程碑。而這當中，交通的建設可說是最主要的功臣。以上海為中心，長三角的 15 個城市皆座落在半徑 300 公里的範圍內，因此當滬寧、滬杭甬高速公路由四線道改為八線道，上海與江、浙兩省的出入閘道由兩個增加到八個，以及與周邊城市跨海大橋的建設，讓寧波、紹興等城市皆進入了上海的三小時公路圈之範圍，對於區域間之聯繫確有相當的提昇。

通常在舉辦任何大型活動時，社會大眾之中必有不同的聲音出現，正反兩面意見層出不窮，而一場活動的成敗更有絕大的部分在於上下是否共同支持，一同扮演各自良好角色。上海復旦大學於世博會開幕前夕做了「世博會市民認知與關注度」的調查，結果發現，95.4%的公眾表示對 2010 年上海成功舉辦世博會充滿信心。95.5%的民眾認為 2010 年上海世博會對上海乃至中國大陸的發展將產生很大的正面影響。而上海世博會大量基礎設施要在短期內完成，給市民帶來些許不

便，仍有 89.5%的民眾對世博會籌備期間造成的生活影響表示理解。92.2%的民眾對市政府進行違章建築的拆除表示支持，89.8%的民眾贊同市政府對攤販等市容環境的整治與管理進行處理。因市民也都能認同在兼顧不同階層的群眾利益下，一起努力與包容，真正做到「城市，讓生活更美好」。由此可見，上海世博會的舉辦，中國大陸將之宣導為全國上下重要事件，落實由全民上下一心才能成功，且將上海世博會之效益做正面且全面的宣傳，讓民眾得以在安心的狀況下，願意投入參與相關的政策，讓上海世博會能舉辦成功，也讓其國際地位更加卓越與成長，也可以說在這次上海世博會中，中國大陸的「民心工程」做得十分成功，使得制度改革得以加快步伐，資源整合得以順利，管理水準得以進步。

上海世博會帶來龐大的人流與物流，帶來無限的商機與遊客，2010 年到上海的境內外旅遊者則超過 1.4 億人，其中參訪世博會的人數就超過 7,000 萬人次，這對上海的交通當然是很大的考驗，但似乎在舉辦世博會期間並沒有聽到負面的聲浪來抨擊交通設施的不便，反而是讓人驚艷其交通紓解效益的便捷，這都歸功於交通的前期規劃藍圖，而交通建設並非一朝一夕即可完成，需長時間的規劃、土地的徵收、工程施工的建造等，也因此在中國大陸的「十五」期間，即規劃了上海公路系統總長度 2,500 公里，包含高速公路 650 公里，城市軌道交通共 17 條線路，全長近 780 公里，中心城軌道交通網絡共計約 400 公里，如此的規劃使得上海的前景讓投資客有了可預期的心態，紛紛加碼投資，以至於上海十年來的經濟成長平均增幅高達 22%，這都可說是交通運輸便捷性所帶來的優勢。

表 5-2-3　都市公車與軌道交通的運輸效率比較表

交通型式	運輸說明			服務範圍		
	擁擠度 (人/米 ^{2})	發車時間 (分)	運量 (萬人次/小時)	平均車速 (公里/小時)	運輸距離 (公里)	涵蓋面積 (平方公里)
公車	7~11	1	0.4~0.8	15	10~15	310~370
軌道交通	4~7	2.5	3~6	35	25~35	1960~3850

資料來源：願尚華（2002）

上海市採用軌道交通，大幅降低都市的汙染與能源耗損，若以軌道交通之綜合耗損為 1，公車則為 2.2，汽車為 8.5，也因此在世博會這麼大量的人潮湧入時，不僅其便捷性的提昇，對於整體環境保護與節約也有很大的正面功效。而軌道交通的發展，也能將原本相距較遠的兩地緊密的聯繫在一起，如此，上海市的發展範圍也能藉此向外擴張，卻不損其任何利益，就在這樣的調節下，公共設施涵蓋的地方也增大了，都市的密度也得以舒緩了，但都市化的人口卻又得以提昇，實

在可說是交通便捷下的產物。這些的成效，可由下表看得出來其實際上的效益。

表 5-2-4　上海市交通運輸效能表

	軌道交通		
	基礎設施	運輸能力	高峰時段需求
2001 年	3 條軌道交通，全長 65 公里	全日運輸 80 萬乘次	8 萬乘客/小時
2010 年	11 條軌道交通，全長 400 公里	全日運輸 500 萬乘次	65 萬乘客/小時

資料來源：中國上海網站

四、經濟環境

從過往的世博會舉辦經驗，舉辦收益並不一定為正數，例如：2000 年的漢諾威世博會虧損了十億多美元，但政府的稅收卻是增加了 27 億馬克；溫哥華世博會也為加拿大政府增加了 5.7 億加元的稅收。而本次上海世博會其收益更是超乎預期，共計有破紀錄的 189 個國家與 57 個國際組織參展，7,000 萬人次以上入園，對政府稅收更成正面的雙贏局面。大陸政府在本次上海世博會投入的直接成本約 30 億美金，在上海世博會閉幕後也統計出其收益高達 130 億美金；在上海舉辦世博的狀況下，上海的 GDP 相較於未舉辦時更是提高了 6.5%。

上海世博會後場館的後續利用，也將是重要的議題，目前除了原本計畫的中國館、世博中心外，沙特館、義大利館、西班牙館、俄羅斯館、法國館以及 E 片區的城市最佳實踐區也確定原地保留，且朝向旅遊、會展等方向規劃，這對於後續園區再規劃的價值上與空間運用上都有更好的規劃空間，對於降低商業經濟成本也有莫大幫助。而且在這樣的時空背景下，上海市未來可能仍朝向大型國際會議、國際會展的發展。

上海世博會最主要解決的問題之一，就是在整個交通網絡的建設與提昇，而除了交通建設之實質效益外，這同時所帶來的好處在建築、房地產皆有顯著的效益，且交通建設產業帶動了相關行業蓬勃發展，如：鋼鐵、汽車、製造、化工等數十種業別，預計所帶來投資效益將可提供 250 萬人左右的工作機會。而交通運輸所進行的服務貿易相關效益，也在籌辦的這些年來年增幅達 22%左右，且目前仍持續增長。

上海世博會的舉辦，除了對於政府稅收以及其國際形象與地位提昇都有幫助

外，所得的提昇更受民眾所關切。若對上海世博會的舉辦與否提出人均 GDP 的影響計算，結果發現舉辦世博會讓人均 GDP 提高了約 1,855 元美金，這說明了舉辦上海世博會對上海人均 GDP 增長的年貢獻率大約在 2%左右，如表 5-2-5 所示。

按世界旅遊組織的計算，旅遊業的直接收益每增加 1 元，整個都會中的相關行業收益就能加增 4.3 元。世博會帶動了約 30~35%的遊客在逛完世博會後，會繼續往週邊的城市進行陸續的旅遊行程，也因此造就觀光旅遊的效益不只在上海市，更嘉惠於周邊城市。

表 5-2-5　舉辦上海市博會與否的經濟成長結果測算

不舉辦世博會	總投資量 (億美元)	GDP 總量 (億美元)	人口總數 (萬人)	人均 GDP (美元)
2002 年	261.3	654.4	1,331.44	4,915.0
2003 年	272.7	663.5	1,335.73	4,966.9
2004 年	284.6	721.8	1,340.03	5,386.6
2005 年	296.9	788.2	1,344.32	5,863.2
2006 年	309.9	864.0	1,348.62	6,406.5
2007 年	323.4	950.9	1,352.91	7,028.3
2008 年	337.4	1,050.8	1,357.21	7,742.7
2009 年	352.1	1,166.4	1,361.50	8,567.0
2010 年	367.4	1,300.6	1365.80	9522.4
舉辦世博會	總投資量 (億美元)	GDP 總量 (億美元)	人口總數 (萬人)	人均 GDP (美元)
2002 年	261.3	654.4	1,331.44	4,915.0
2003 年	297.7	792.7	1,335.73	5,934.7
2004 年	309.6	862.5	1,340.03	6,436.1
2005 年	322.0	941.8	1,344.32	7,005.6
2006 年	334.9	1,032.3	1,348.62	7,654.8
2007 年	348.4	1,136.1	1,352.91	8,397.7
2008 年	362.5	1,255.6	1,357.21	9,251.4
2009 年	377.2	1,393.7	1,361.50	10,236.3
2010 年	392.5	1,554.0	1,365.80	11,377.8

資料來源：上海市統計局

五、生態環境的保護

上海世博園區的選定對於健康生活的促進有很大的意義。在區域選址時，特別選定了原先是一些污染比較嚴重的工廠區域，佔了兩岸土地使用類別的 36.9%，比第二高的居住用地比例 18.2%還高了一倍的面積，其中可能是廢棄工廠，也有還在營運的廠房，但因世博園區的劃設，使得這些地方的工廠進行了功能改造或是閒置空間再活化，並透過公共基礎設施的改善，包括：道路、交通、

綠化、通信、環保、給排水等，讓整個環境污染減少了，生活與文化品質提昇了，這都是營造健康生活的主要貢獻。

中國大陸在這幾十年來的發展，總將經濟指標與社會指標放在首位，生態環境的議題永遠排在二、三梯次後的檢討與計畫，而上海世博會結合世界各國參展，帶來眾多先進科技與環境保護的主題性場館，也因此在上海世博會規劃之初，則將生態環境放在立即改善的著眼項目之列，如：人均用水量的控制、生活垃圾產生量等。上海世博會的濱水環境規劃，更是生態城市的示範指標，雖無法恢復黃浦江的原始自然風貌,但已有眾多的生態概念來做為改善黃浦江沿岸的主要概念，包括水體的保護，為了淨化水質，除了考量到污水的處理，同時強化河流沿岸、湖泊中的動物、植物、微生物共存，透過氣候系統、水文循環、食物鏈、養分循環的自然概念讓整個河川逐漸進入生態的自營系統，產生自淨能力；而河堤也多採用近生態的護坡形式，以保護兩岸水域生態系統的完善。

由上海市為核心，世博會為中國大陸帶來相當可觀的觀光產業收益，惟當世博會結束後，未來如何持續觀光產業的榮景，才是上海市甚至是周邊都城更重要的問題。有鑑於此，上海世博會籌備時，即提出加速市場化與國際化的步調，提昇旅遊產業的競爭力，並培養旅遊品牌，提昇旅遊產業的品質與國際性的等級，並促進大旅遊企業的進步，甚至是策略聯盟以進行跨國或跨區域的發展戰略，藉此也將富有上海特色的旅遊產品發揚於國際。

專責單位持續針對旅遊設施、旅遊環境、旅遊服務、旅遊體驗、旅遊教育、旅遊資源、旅遊管理等進行持續監測與調查，同時不斷發掘在地文學、藝術、宗教、飲食、交通、娛樂、風俗民情，以確保旅遊產業的自明性能不斷顯現。上海一直都擁有世界文化交流的舞台氣氛，也因此剛好能和世博會相契合，「可愛的上海人」更加突顯上海的特色，以及在國際化之發展性。

圖 5-2-1　上海世博會實景　　資料來源：丁致成攝影

綜合上述政治層面、人文層面、社會層面、經濟層面與生態環境層面五大面向的說明，突顯出上海世博會除了因應世博的營運機能外，對於國家的整體發展、兼顧在地特色的保留與營造皆多有著墨，而最實質的經濟上效益，根據世博官方統計，上海世博會的總投資額為 286 億元，其中，建設投入約 180 億元，包括世博會永久場館、基礎設施、世博村以及交通、電力等方面的改造；運營投入約 106 億元。而世博的直接收益將來自門票、中外企業贊助、世博會特許商品銷售等。2009 年，上海世博會事務協調局顧問黃耀誠表示，世博運營所需要的 106 億元資金中，來自門票收入的利潤將占 50%以上；第二部分來自贊助商及全球合作伙伴；第三部分來源於延伸產品銷售，其總銷售額將達 50 億元。在 2010 年 4 月 8 日召開的上海市政府新聞辦世博知識產權專題發布會上，上海世博局相關負責人稱，上海世博會共有 13 家合作伙伴、14 家高級贊助商和 29 家項目贊助商，總贊助金額為 70 億元。

在旅遊經濟方面，對世博會的經濟產出效益，上海財經大學世博經濟研究院院長陳信康認為，它將是北京奧運會的 3.49 倍。陳信康預計，上海世博會的產出影響為 794.77 億元人民幣、增量消費為 468.64 億元人民幣，世博遊客的主要消費領域是餐飲、購物和娛樂等行業。

在零售經濟方面，據中國國際金融有限公司測算，即使 7,000 萬參觀者中，本地人口占 30%，外來客流量也將接近 4,900 萬。以上海黃金周每人每日 760 元的消費計算，世博旅客只要平均停留 3 天，就可帶來 1,117 億元的新增消費。這相當於 2008 年上海社會消費品零售總額的 1/4。申銀萬國也在其報告中表示，世博客流將直接拉動上海零售，若按人均停留 3 天測算，預計上海新增消費容量將超過 2,500 億元，其中購物消費和餐飲消費有望分別達到 525 億元和 630 億元。

在餐飲經濟方面，根據推算，世博會的參觀總人次達到 7,000 萬以上，園區平均每天接待 38 萬人次，其中 65%的參觀者將至少在園區內用餐一次，如此算下來，在世博期間，園區內的餐飲總消費額就可達 18 億元。

在品牌經濟方面，後世博階段商機不斷，如果說旅遊、零售和餐飲等行業是直接受益於 184 天的世博會期的話，那麼，對於更多的以合作伙伴、贊助商等身份參與到世博中的企業來說，「後世博效應」就顯得更為突出。世博會指定電動車供應商、新日電動車副總經理胡剛透露，世博因素預計有望為公司的業績帶來 10%至 20%的銷售增長。

第三節　事件經濟之案例分析—首爾設計博覽會

壹、背景與目的

近年來，韓國為了將首爾推向國際，期望成為國際知名都市、最佳旅遊城市，不僅提供住在首爾的外國人生活支援、學校，以及專用醫院，同時也努力地改善並提供便利的交通體系，以形塑首爾美好並安全的城市生活環境。此外，更於2010年至2012年，為推展韓國優良的旅遊活動，規劃將此三年指定為「韓國訪問年」，並以韓國文化、生態、海洋等為議題，推出「三年三色」的方案，分別是2010年的世界設計都市首爾，2011年大邱世界田徑大會，以及2012年的麗水世界萬國博覽會，期待藉國際活動的舉辦，提昇首爾的整體形象和無形資產，進而帶動公民整體素養的提高。

韓國首爾不僅被評定為第一級全球城市，也是 2010 年的世界設計首都（World Design Capital）。而世界設計首都是由國際設計聯盟 IDA 推動的一項活動，和世界產業設計團體協會 ICSID 為了促進世界都市社會、經濟、文化上的發展，積極獎勵應用設計，並創制了世界設計都市（WDC）制度。每年經由「世界設計首都」國際競爭，競選出優勝的城市。義大利的都林於 2008 年首次被評選爲模範城市，而首爾是第二個榮此殊榮的城市。首爾被選爲「世界設計首都」，這意味著首爾經由設計來促進城市發展的理念，以及多年來的努力取得了矚目的成效。首爾市日新月異的變化，向人們充分展示出它做爲一個「設計城市」，蘊含著成爲世界一流設計都市的巨大潛力。

為了慶祝首爾市於 2007 年獲國際工業設計協會（ICSID）選為第 2 屆 2010 年的世界設計首都，韓國因而舉辦「世界設計都市博覽會」，不僅吸引許多國際觀光客入境，韓國政府也於活動舉辦之前，即開始進行大型的工程計畫，目的在於增加城市與企業的競爭力，以將首爾行銷於國際。

貳、爭取與推動過程

2010 年，亞洲有許多城市都有舉辦國際盛會的計畫，如上海世博、臺灣花博，而韓國首爾也隨著世界脈動，當首爾被選爲「世界設計首都」之際，也趁勢將「世界設計首都-首爾」出臺於國際舞台，因此舉辦了世界設計都市博覽會。早在博覽會開幕之前，韓國政府早以節慶為名，進行許多大型工程計畫，以改

善都市環境的整體面貌。

2002 年世界足球賽，首爾市民數萬人湧上街頭為韓國紅魔鬼隊加油，而佔據當時仍是繁忙的道路空間的市政廳前廣場。李明博當初競選市長時，以打造首爾市政廳廣場公園為政見。此方案完成後，他接著進行清溪川再造工程。李明博拆掉自己在現代集團任職時所蓋的高架橋，而將原清溪川河岸修整成為一個新的市民空間。由於清溪川位置鄰近市政廳與仁寺洞，地點重要，又結合歷史以及生態的論述，話題性很高。這個工程使李明博得到高支持率而當選韓國總統，在國際上，也因為這些重大的工程建設規劃，將首爾推向亞洲城市景觀的創新之都。

之後吳世勳擔任市長，大體延續李明博的城市景觀改造取向，但規模更為擴大。在公共空間上，吳世勳將光化門廣場重新闢建為人行道，並設置世宗大王銅像。首爾的發展也配合首爾山水軸線計畫，包括南山塔與纜車站的美化計畫以及漢江河岸空間的復興。另外，為了爭取外資，原來有美軍駐守的 Yongsan 區，也將開闢為新的新興商辦與住宅區域，以爭取國際企業總部與菁英進駐。

在「世界設計都市博覽會」舉辦之前，韓國期望能著重「設計」來促進韓國的經濟，因此請來首爾大學美術學院院長權教授來主導活動的相關設計，內容包括文字字體、景觀招牌、「首爾色」等的設計。而其旗艦計畫則為東大門設計廣場（Dongdaemun Design Plaza, DDP）的興建計畫，整體計畫包括做為設計創意育成中心與設計商品化中心的展覽大廈、以及周邊的廣場與公園，整體計畫花費四千億韓元（約 110 億臺幣）。此外，首爾市政府邀請到伊拉克後裔的英籍知名女性建築師 Zaha Hadid 為此地標建築進行設計，其設計的展覽大廈在倫敦以及杜拜各有一座。可知，韓國將此國際活動的舉辦視為相當重大的都市發展計畫，在上述工程的規劃中也透露著韓國欲將首爾推展為國際都市的決心。

參、特色與效益

2010 年韓國首爾設計博覽會（Seoul Design Fair）以「Design for All」為主題，強調設計最終的價值就是希望能夠為人類創造更好的生活，使人與人之間的溝通更為流暢。此外，博覽會的最大特色在於它進一步強化了市場營銷功能和產業設計展出的功能。它積極向人們宣傳並展示設計的經濟效益。在由國外設計專家和設計品牌參加的「首爾設計市場」中，設計家們向人們展示並銷售自

己親自設計的品牌和產品，使前來參觀的民眾可以現場購買到各種設計產品。

「首爾國際設計作品徵集展」共有來自 100 多個國家報名參加，開辦以後的參與的人數一直呈上升趨勢，是一個深受國內外設計人士青睞的活動。除了個人參與者外，許多國外著名設計企業和設計大學也紛紛報名參加，足見引起了國際性的迴響。

另一個引人矚目的地方在於它提倡「綠色環保」，並設計表現與綠色環保有關的各種主題，積極向人們宣傳綠色環保的觀念與價值。活動期間並舉行了「首爾國際自行設計徵集展」，徵集以綠色交通工具—自行車爲主題的各種設計作品、服飾、首飾作品，並舉辦作品展。在展出中榮獲優勝的自行車設計作品以及服飾、首飾作品也會在「首爾設計節」上亮相，同時也舉辦駕乘另類自行車、舊物設計等與自行車有關的活動。

首爾「世界設計都市博覽會」的舉辦，之所以受到全球矚目，主要因素有三點，分述如下：

一、地區地標建築—三大展館匯聚全球設計

2010 首爾「世界設計都市博覽會」的展示場地，是由三個各具創意、展現全新設計和概念的展館組成。三大展館分別為，表現“天頂（La Punda）”概念的「首爾設計館」、展現“和諧與協調”概念的「文化活動館」，以及展現“天地人”概念的「城市設計館」。在這三大展館裡舉辦各種展示活動，使來訪者充分領略世界設計界的最新趨勢。三大展館均出自世界著名建築設計師之手。義大利著名工業設計師、建築師亞曆山德羅・門迪尼和弗朗切斯科・門迪尼兄弟（Alessandro & Francesco MENDINI），曾設計韓國藝術殿堂的著名韓國建築師金錫哲以及設計過紐約新世貿大廈和首爾龍山國際商務區的丹尼爾・李博斯金（Daniel LIBESKIND）分別負責各展館的設計。

「首爾設計館」（場地北側）由義大利著名工業設計師兼建築師亞曆山德羅・門迪尼設計，其設計理念為“天頂”，展館頂部部分突起的尖塔表示設計之都首爾的威望。利用尖端技術介紹韓國代表性設計品牌的「首爾品牌展」及匯聚首爾過去、現在和未來代表性設計的「首爾設計資產展」（Soul Design Assets Exhibition）皆在此舉行。

韓國建築巨匠金錫哲設計的「城市設計館」（場地東側）由圓形、方形、三

角形組合而成，這三種幾何形狀分別代表「天・地・人」，三種形狀連為一體的場館，表示天・地・人「三合」而成的世界設計之都首爾。城市設計館內舉辦「城市設計展」，圍繞能源這一主題，展示未來城市的發展方向。另外，還舉辦展示世界設計城市最新趨勢的「WDC 世界設計城市展」。

「文化設計館」的設計理念為「和諧與協調（Cohesion & Harmony）」，由著名的美國建築設計師丹尼爾・李博斯金（Daniel LIBESKIND）設計。四個構築物銜接、融合為一個完整的建築，表示各種不同文化在首爾這座城市融為一體。在這座展館中舉辦「中・韓・日生活展」，展現東方設計所具有的魅力。

各類展覽內容，如下所述：

(一)首爾品牌展

首爾品牌展在世界著名建築設計師亞曆山德羅•門迪尼和弗朗切斯科•門迪尼兄弟設計的首爾設計館舉辦，韓國著名的國際品牌三星電子、LG hausys、Fursys 等皆來參展，利用高端技術，展示各種設計，為來訪的市民創造妙趣橫生的體驗空間。

(二)首爾設計資產展

首爾設計資產展利用多媒體影像、尖端 IT 技術等多種表現方法，展出 51 件體現首爾優秀文化、歷史、城市環境、自然，且值得借鑑和傳承的首爾設計資產。首爾設計資產展成為探尋首爾設計的根基，也是設計的合理性及未來趨勢的良好平台。

(三)中•韓•日生活展

中・韓・日生活展以中、韓、日三國「家人對話的空間」為主題，展示張永和（中）、承孝相（韓）、山本理顯（日）等各國最具代表性的設計師的作品，展現符合現代生活樣式與溝通需求的空間設計理念。同時，以三國的傳統文化財產為基礎，介紹三國生活方式的異同與文化背景，重新審視東北亞文化與設計之美及其價值。這一展覽向廣大市民介紹優秀的東北亞文化與各國的特點，揭示引領世界設計界的東方設計所具備的無窮價值。

(四)國內設計產業展

國內設計產業展為首爾設計節的重點展會，有設計相關企業、韓國國內設

計協會或團體、設計師、工作室等參展，形成一個能夠進行實質性商務交流的專業交易市場。通過在設計師及設計企業之間建立競爭機制，加強各方的積極性，進而促進韓國國內設計產業的發展，提昇韓國設計產業的國際競爭力。國內設計產業展分成以兒童、老人、婦女為主題的全設計（Universal Design）、展示高科技設計作品和感性設計作品的先進設計（Advanced Design）、介紹設計師和專業設計企業設計作品的設計方案（Design Solution）等三個部分。

(五)海外設計產業展

海外設計產業展所展出的作品，均為世界各國代表性設計產業或設計品牌的作品，包括巴西設計師坎帕納（Campana）兄弟設計製作的椅子和桌子和與義大利傢俱公司 Edra 聯手製作的「海葵椅」(Anemone)，日本設計師 Kazushige Miyake 與複合文化用品製作公司無印良品聯手製作的咖啡機，義大利設計師蓋塔諾佩西（Pesce）設計的 Up 系列椅子等海外著名設計師們的各種作品。

二、設計交易會——自由買賣設計產品的交易平台

首爾設計交易會是包括設計交易市場、展示會及附帶活動在內的國際性活動。在設計交易市場活動上設計師與參觀者可以面對面交流，銷售或購買設計作品。首爾設計交易會不僅是世界各國的設計師展示並銷售自己作品的世界級交易盛會，而且也是參觀者欣賞各國設計界新人獨特的創意及作品的良好平台。同時，參展設計師還可以通過與著名供應商與中小企業的 CEO 進行交流，推動創意的商品化，獲得更多的經濟效益。交易會的展示主題為運用小方臺創造環保空間，會方為設計師提供能夠充分展示各自特點的全新的展示環境。

設計師、設計專業公司、市民、韓國 41 家企業，以及國外 60 多家品牌參與的「國內外設計產業展」，著重強調參與和分享的「綠色花園全景」等各種活動，設計交易會的建立，能為大家提供自由買賣設計的共用平台。

三、設計培訓活動培養創新能力，提高問題解決能力

本活動舉辦創意想象體驗館、想像兒童公園和設計兒童教室等豐富多采的培訓體驗活動，提高兒童、青少年和市民的創新能力。

(一)創意想象體驗館

創意想象體驗館提供各種體驗活動，如在遊戲的過程中體驗設計的教育

性娛樂（Edutainment）、設計基礎學習以及有利於加強創造力的體驗活動等。館內不僅提供一對一講解服務，而且還為參觀者準備各種能夠打破固定觀念的新奇體驗。各種體驗專案的目的在於提高兒童、青少年的創意思維和對設計的認識，使設計深入人們的生活。創意想象體驗館內設「設計想像區」和「設計心情區」，「設計想像區」展示法國著名設計師作品，有助於提高兒童的創造力和理解力。「設計心情區」則展示大型針織傢俱等運用視錯覺或擴大現象的作品，以激發兒童的想像力和創意。

(二)想像兒童公園

想像兒童公園裡為兒童準備各種遊樂設施，透過刺激孩子全身上下的各種感官，激發他們的創造力。在這裡孩子們可以在盡情玩耍的過程中瞭解生活當中的各種設計原理。另外，想像兒童公園裡設休息區，前來參觀首爾設計節的兒童及家屬可以隨時到此休息。

(三)設計兒童教室

在設計兒童教室，孩子們可以親手設計和製作各種設計作品，欣賞世界各國兒童的設計作品。設計兒童教室的各種設計體驗活動旨在提高孩子們的創新思維能力和解決問題的能力。為了使孩子們接受專業的指導，設計兒童教室聘有專業的幼兒設計教育教師指導學生。

由於事件經濟的核心是創意和聚集。它以創意事件為表現形式，以有計畫、有組織的事件行銷手段，最大限度地吸引國內外公眾的參與，從而達到瞬間的聚眾效應，推進該產業發展。而首爾「世界設計都市博覽會」的興辦，即是事件經濟的範例，不僅吸引國內外人士參與，提高國內經濟效益，更可看出韓國非常重視對外的文化交流。

從 2008 年開始，韓國每年都會舉辦首爾設計節，而「首爾設計節」原名為「首爾設計奧林匹克」。「首爾設計節」意味著這一活動以韓國固有的文化和藝術爲基礎，日益發展成爲一個人人都可以參與的大型活動。此次舉辦的博覽會，强化了市場營銷功能和產業設計展出的功能，積極向人們宣傳並展示設計的經濟效益；設計家們透過設計交易會向人們展示並銷售自己親自設計的品牌和產品；前來這裏的人們，可以現場購買到各種設計產品。2009 年「首爾設計節」，共有 118 家設計個人和單位參與，銷售額高達 1 億 5000 韓元，是 2008

年「首爾設計奧林匹克」的三倍。2010 年，首爾「世界設計都市博覽會」參與的的數量明顯增多，有 243 家企業及品牌參加各種展覽，參與度比前一年增加 53%，而且展覽中的交易所得，創下了日平均營銷額兩千萬韓元的紀錄，比 2009 年的首爾設計節增加了 280%。此外，首爾設計交易會的銷售額也創下 3 億韓元的業績，是 2009 年的兩倍，實為相當豐碩的成果，證實活動的舉辦帶來的經濟效益，的確促進了韓國產業發展的活力。

第四節　事件經濟之案例分析—香港東亞運

東亞運動會（East Asian Games，簡稱東亞運、EAG），是由東亞運動會總會所舉行的地區綜合性運動會，四年一度，參賽國家或地區是東亞運動會總會之成員、非正式成員及被邀請的國家。東亞運動會總會的成員為亞奧理事會所定義東亞地區的國家及地區奧林匹克委員會，因此中華人民共和國、朝鮮、香港、日本、韓國、澳門、蒙古及中華臺北是其中的成員。目前，關島是參加國家和地區之中唯一的非正式會員。距離現今最近的為 2009 年之香港東亞運，以下也針對香港所舉辦之東亞運來進行相關說明與論述。

壹、背景與目的

日本奧林匹克委員會為了和各東亞地區的國家及地區奧林匹克委員會之間得到更多增進體育及文化交流的機會，在 1991 年 9 月 15 日的第一屆東亞各奧委會聯席會議上，正式提出「東亞地區運動會」的意念。1991 年 11 月 6 日在北京召開的第二屆東亞各奧委會聯席會議上正式通過以兩年主辦一屆東亞運動會，同時確定了第一屆東亞運動會於 1993 年由上海主辦。第一屆東亞運動會在 1993 年 5 月 9 日於上海舉行，共 9 個國家和地區的代表團參加了 12 個體育大項的比賽。申辦第五屆東亞運動會的地區包括香港、中華臺北和蒙古。蒙古後來退出，而於 2003 年 11 月 3 日在澳門文華東方酒店召開的東亞運動會總會會議上，中國香港擊敗中華臺北取得主辦權。

東亞運動會總會規定每屆東亞運動會都要最少有十項運育項目大項；規則訂明其中七項必須是奧林匹克運動會的比賽項目，其他體育大項則可以由主辦城市訂定。所有體育項目的競技都要根據國際體育聯會的規則及規格進行，否則有關賽果將會被取消資格。主辦城市要把所有比賽項目（包括大項及小項）資料及日期在運動會當年舉行的前一年公布及通知參賽國家或地區。東亞運動會總會規定每屆東亞運動會最多可以舉行 12 日（包括開幕日及閉幕日），但預賽並不計算在內。2009 香港東亞運動會設有 22 個運動項目，數目為歷屆之冠，其中 16 個為奧運項目。運動項目包含水上運動、田徑、羽球、籃球、保齡球、撞球、自由車、運動舞蹈、足球、曲棍球、柔道、划船、七人制橄欖球、射擊、壁球、桌球、跆拳道、網球、排球、舉重、帆船（風浪板）及武術等。

東亞運動會是東亞地區的一項盛事。一直以來，港協暨奧委會都希望能在香港主辦大型運動會。2000年，港協暨奧委會在香港特區政府的支持下，申辦2006年亞洲運動會，但最終卻未能取得主辦權。港協暨奧委會遂與民政事務局接觸，要求政府同樣給予支持，以爭取2009年東亞運動會的主辦權。香港當初期望主辦2009年東亞運動會的主要目的包括：

一、提高其在區域內的聲望及形象。

二、推廣其主辦國際盛事的國際都會形象。

三、吸引更多外來投資。

四、創造就業機會。

五、促進旅遊業發展。

六、培養參與體育運動的文化。

貳、爭取與推動過程

第五屆東亞運動會於 2009 年 12 月 5 日至 12 月 13 日在香港舉行，這是香港首次舉辦的大型國際綜合運動會，匯聚 9 個國家及地區約 2300 名體壇菁英競逐 22 個運動共 262 項競賽項目的金牌，在運動項目和參賽人數，皆是歷屆東亞運動會之冠。

一、爭取過程說明

在爭取東亞運舉辦前之操作過程中，港協暨奧委會先遞交由政府做出保證和承諾的興趣表達書，供東亞運動會總會考慮。申請獲接納，港協暨奧委會和政府會訂立雙邊協議，訂明各自的承擔和義務，並成立籌備委員會（籌委會）以監察 2009 年東亞運動會的進行情況。籌委會設立小規模的秘書處和全資附屬公司，負責處理舉辦運動會的日常運作事宜。

香港在 2003 年 7 月向立法會民政事務委員會簡報舉辦 2009 年東亞運動會的建議，並徵求財務委員會原則上同意撥款。此外，也與港協暨奧委會聯絡，以便著手向東亞運動會總會申辦 2009 年東亞運動會。並計畫成立申辦委員會和儘早遞交申辦計畫書。

由於無需花費巨款擬備計畫書及舉辦大型宣傳活動，因此爭取主辦權的開支不會太大。不過，預計需要支付一些宣傳及公關費用，但民政事務局和康樂及文

化事務署（康樂文化署）可重行調配資源，以承擔所需費用。據當時初步估計，預期主辦 2009 年東亞運動會會帶來 8,400 萬元預計赤字。預計自 2005 至 2006 年度起，政府須向籌委會附屬公司撥款約 1.2 億元，以應付該公司的現金流量需要。此外，利用康樂文化署的場地來舉行比賽，將會損失大約 500 萬元收入。因此，申辦 2009 年東亞運動會對政府的財政影響共為 8,900 萬元。在進行籌劃工作期間，一直監察財政需要，並更新有關資料。

根據 2009 年東亞運動會產生的額外消費對本地生產總值的增值作用，評估主辦東亞運動會的可計算經濟效益。以 2003 年的價格計算，預計有關款額約達 9,900 萬元（必須注意的是，計算所得的經濟效益並未扣除主辦運動會涉及的直接資源成本）。除了可計算的經濟效益外，主辦東亞運動會還會帶來不容易計量的較廣泛效益，主要是香港的形象獲得提昇。

當香港在 2000 年爭取申辦 2006 年亞洲運動會時，社會人士普遍表示支持。此後，也不時就香港主辦大型體育賽事的問題，與有關人士及關注團體進行非正式討論。籌委會在擬備現有建議時，也考慮過他們的意見，並持續採取適當行動，評估和留意公眾對主辦 2009 年東亞運動會的意見。

二、推動過程說明

香港在 2003 年成功取得 2009 年第五屆東亞運動會的主辦權，香港特區政府於 2004 年 6 月成立第五屆東亞運動會籌備委員會，負責策劃及監督 2009 東亞運動會的籌備工作，主要職責包括：

(一)制定和落實香港 2009 東亞運動會的整體工作時間表。

(二)為市場推廣策略提供意見。

(三)為比賽場地及設施提供意見，監督設施改善工程的進度。

(四)鼓勵社會各個階層積極參與及支持香港 2009 東亞運動會。

委員會成員由有關政府部門、體育界、銀行界、航空界和旅遊界等專業人士組成。2005 年 3 月初成立 2009 東亞運動會（香港）有限公司（東亞運公司）做為運動會執行機構，統籌和落實執行 2009 東亞運動會的各項工作。東亞運公司由行政總裁及營運總裁組成，營運總裁下設行政、認證及保安、廣播、資訊科技及物流、競賽項目、緊急應變處理、開幕及閉幕典禮、接待及文化活動、住宿、餐飲場地裝置及主題設計、宣傳、推廣及傳媒 9 個部門。

籌辦香港 2009 年東亞運動會的開支分別由立法會撥款、贊助機構募款，以及東亞運動會的入場門票、商品銷售、宣傳推廣活動、演唱會等收益共同分攤。為籌備東亞運動會，東亞運動會公司於 2006 年 8 月開始運作。為迎接東亞運動會，特區政府除了興建全新的將軍澳運動場外，還在 13 個政府場地進行改善工程。有關工程於 2009 年中期竣工，並共創造約 1000 個職位。

東亞運動會招募約 3,200 名義工，而招募工作主要由義務工作發展局負責。義工的資格無地域及國籍限制，但申請人士必須年滿 18 歲，具中五或以上學歷，能操流利廣東話、英文及（或）中文則可。

2009 年 2 月，香港東亞運籌委會宣佈於維多利亞港建造水上舞台舉行開幕禮，而閉幕禮則在香港體育館舉行。香港特區政府聯同東亞運動會公司制定了一套周詳、多樣化及符合經濟效益的宣傳及推廣策略，分階段廣泛宣傳東亞運動會。例如，製作東亞運動會教育配套資料，透過教師向學生講解東亞運動會的意義及歷史；為學生安排觀賞賽事活動，以及舉辦專題講座、學校巡迴展覽、研討會、東亞運動會吉祥物填色、繪畫比賽及學校啦啦隊計畫等。

參、特色與效益

香港東亞運動會籌委會於 2005 年 3 月起舉行會徽設計比賽，於同年 7 月 11 日公佈結果，得獎作品為「煙花」，它成為了此屆東亞運動會的會徽。「煙花」採用了奧運五環的顏色，象徵運動員在比賽場上的努力。同時，煙花亦暗示香港為朝氣勃勃、積極進取、繁榮安定的亞洲城市。籌委會於 2006 年舉行口號比賽，確定口號是「創造傳奇一刻」（Be the Legend）代表運動員及香港人獨一無二的堅毅精神。而全港市民亦懷着興奮的心情，熱切期望香港在 2009 年舉辦的東亞運動會空前成功，為香港在國際體壇上創造另一個傳奇；2009 年東亞運動會的成功也會成為往後東亞運動會的典範。吉祥物「東仔」（Dony）及「亞妹」（Ami），兩者為兄妹關係，於 2008 年 3 月 9 日公開亮相，設計以火和獅子作為元素，象徵香港人靈活變通，在獅子山下鍛鍊出同舟共濟、自強不息、永不言敗的香港精神。頭髮象徵火焰，代表香港人的活力，獅子則是力量和自信的象徵。至於其身上的斑紋源於本屆東亞運的會徽，有象徵不同種族和膚色人士匯聚香港之意。

圖 5-4-1　香港東亞運吉祥物

場地設計是以奧運五環的概念為主，融入了東亞運動會的徽章及口號於設計當中。設計中有以煙花構成的圖案，加強運動會的訊息，在香港大球場入口亦擺放了雕塑，天幕亦會投射出富動感的圖形。將奧運五環融入各場地的設計，如紅磡體育館的美食廣場即以奧運五環做為上蓋，入口的樓梯亦加上運動會的口號，增加宣傳效果。

圖 5-4-2　香港東亞運場地設計示意圖

在開幕式中，香港東亞運選擇了創新作為，並沒有侷限在可容納 4 萬人的香港大球場舉行，雖然入場儀式在長 68 米寬 15 米伸出海面的主體舞台，只能容下 9 個參賽國家和地區的各 6 名運動員代表，但以整個維多利亞港作為背景舞台，充分發揮出香港最具代表的中環夜色。整個開幕式將偌大的維多利亞港做為舞台，把「東方之珠」最華彩的一面展現在世人面前。

「以人為本」是大陸構建和諧社會的要求，籌辦體育賽事不僅要以運動員等參會人員為本，還要以東道主的普通民眾為本。既要爭取當地群眾的積極參與，也要儘可能減少對他們日常工作和生活的影響。在基礎設施建設上，真正的以人為本、長遠考慮不是一味求大求全，而是結合普通民眾的需求，實事求是地考量當地未來的發展。

東亞運動會做為一項「次洲際」綜合性體育賽事，除計時計分等設施之外，對場館大小、運動員村等硬體並沒有特別規定，加上賽事本身對贊助商的吸引力

相對不高，因此辦賽無需向奧運會看齊。做為一個發展成熟的國際大都市，香港的基礎體育設施相對完備，因此主辦東亞運不需要大興土木，充分利用現有資源，儘可能降低經濟成本和社會成本，因地制宜、因賽制宜才是符合效益的需求。香港雖然所投入的成本不算多，但目標明確，在宣傳香港旅遊、打造文化中心、鞏固盛事之都方面下足功夫。除了在媒體資料包中附上中英文十來份旅遊宣傳單，賽會期間串聯一系列文化演出之外，在維港舉行的開幕式更成了香港最完美的城市廣告。

回顧以往各項國際性運動會的舉行，都被視作振興經濟的有效措施，因為這多能為籌辦國家或地區帶來可觀的額外收入，從而發揮振興經濟的作用，因此凡有國際性運動會即將舉行，都能吸引很多國家或地區爭奪主辦權。有人認為，東亞運能為香港經濟帶來很多好處，一舉多得。但亦有人指出，大部分歷屆主辦國家或地區都是蝕本而回，並質疑東亞運的效益是否被高估。根據有關統計，整項香港東亞運賽事的營運開支需 3 億元，主要是用於競賽項目、典禮、以及保安工作等。負責統籌的東亞運公司表示，雖然費用較原先預計多用約 6 千萬元，但由於籌款比預期多，加上所有門票售出超過 7 成，基本達致收支平衡。

另外，這次賽事能吸引 1 萬名海外旅客專程來港。香港旅發局主席田北俊表示，這批旅客的消費力不弱，預計每名旅客在港期間消費超過 5,000 元，換言之，為香港帶來超過 5 千萬元收入。除帶來額外的經濟收入外，香港民政事務局局長曾德成表示，香港在籌備東亞運期間共創造 1,000 個職位，而在比賽期間亦聘請約 1,000 名臨時工。不少學者認為，今次東亞運不但創造數千職位，紓緩失業率，亦在金融海嘯和旅遊市場蕭條的情況下，增強香港的旅遊競爭力。

由於可供調動的財力和人力都很有限，在全球金融危機的背景下，諸多事宜必須考慮成本和社會評價。而正因為力量有限，所以香港對於開幕式的籌備，從一開始就強調實事求是、鼓勵大膽創新。宣傳推廣獲得香港市民的參與，運動會的主題、主題曲、口號和吉祥物由市民創作和評選出來。藉由東亞運的舉辦，香港所獲得的舉辦大型活動經驗，香港市民凝聚的意識，更是振興經濟之外最大的收穫。

第六章 臺中市事件經濟方案之研究

經由前章首爾、上海與香港推動事件經濟的經驗與成效分析，足見事件經濟對於城市競爭力的提昇，具有非常顯著的助益。臺中市在合併升格之後，若欲提昇國際都市層級，強化城市的整體競爭力，事件經濟實值得做為推動都市進步的手段之一，以發揮其槓桿作用，帶動整體市政建設的水平；且就現階段來說，正處於區域資源整合階段，加強中部各縣市各部門間的合作聯繫，連續性事件經濟更適合於拓展大臺中國際形象，逐步改善基礎設施環境，累積相關經驗，再進而舉辦大型單次性之事件經濟，提昇大臺中之國際競爭力。

由於，目前臺中市已針對爭取東亞運之舉辦進行規劃，故以下將就本研究期初階段的資料蒐集與分析、先前臺中市發展事件經濟及提昇競爭力之潛力探討，以及專家委員於座談會提出之建議(座談會會議記錄詳如附件一、二)，針對**產業經濟、休閒娛樂、文化觀光**三個面向，再分別提出臺中市推動事件經濟的可能方案，並初步探討其價值與可能的規劃方向。方案經過初步分析，都具有現實的可行性或可能性，而且都屬於國際性的活動，也都具備事件經濟的特性與潛在效益，將在本研究的後續階段中做更深入的探討與具體規劃。

第一節 臺中市事件經濟之推動基礎

壹、產業經濟

中臺灣是精密機械產業重鎮，具有完整的產業體系，以及專業分工網路和專業人才資源。加上近年來中部科學園區光電和半導體聚落形成，更使得中部地區成為我國產業的重要群聚地帶。自行車、精密機械以及手工具產業，均具有高度的國際競爭力。例如，臺灣自行車廠商在全球據點的產值高居為世界第一，且臺灣中部地區已經成為全球高級自行車的生產重鎮；精密機械產業中的工具機產業，依據 2010 年財政部關稅總局與經濟部統計處資料之統計達 39 億 1,290 萬美元，在出口值方面，依台灣區工具機暨零組件工業同業公會(TMBA)之統計達 29 億 6,161 萬美元，高居全球第四大工具機出口國。

早期中部地區的產業群聚和分工綿密的生產網絡，結合低廉人工成本的優勢，是自行車、工具機和手工具等機械類產業形成國際競爭力的重要條件。現今，

臺灣原本低廉人工成本優勢已不復見，且其開發生產方式極為傳統和老舊，存在著大量的浪費。面對中國大陸企業以及東南亞等開發中國家企業的追趕，中部產業的各階層企業，不但有必要引進世界的先進開發生產方式，儘快進行升級轉型，且需要就現有產業品牌優勢，結合會展及周邊產業，提昇國際形象，更強化競爭之優勢。

一、工具機展

(一)產業發展背景

臺灣工具機產業於 2008 年總產值超過新臺幣 1,500 億元，是全球第五大生產國與第四大出口國，產業上中下游共有 1,400 多家廠商，近 9 成廠商都設址於臺灣中部四個縣市。其中，工具機中心廠大都設廠於臺中市，協力體系則遍佈中部四縣市，直接就業人口超過 6 萬人。產業供應鏈各個環節在地理位置上的緊密結合，大大提昇了臺灣工具機業在生產效能上的提昇，臺灣工具機產業雖在 2009 年受到金融風暴衝擊，各廠營收皆縮水到 2008 年的僅一半水準，但全年產值仍然位居全球第六，出口值保持在世界第四，其主因歸功於以臺中為中心之產業供應鏈體系。

以臺中為中心呈放射狀的工具機產業聚落，每年產出近 4 萬臺數值控制工具機供應全球客戶使用，排名世界第二大，於全球工具機產業中，為全球獨特且唯一的供應鏈體系。在此 50 公里直徑產業聚落中，可快速供給所有工具機生產所需之精密零組件、配件，也由於供應鏈各個環節在地理位置上的緊密結合，大大提昇了臺灣工具機業在生產效能上的提昇。另外，由於 2008 年金融風暴後日圓大幅升值，更有部分日商轉向我國工具機零組件產業採購刀具與耗財等零件，表示臺灣工具機產業之品質及價格在國際上擁有充分的競爭力。

此外，中國已成為全球最大的工具機消費國，在兩岸直航之後，產、銷之間的業務來往必將更加頻繁。根據研究，工具機產業目前由於日、韓、臺訂單大增，加上中國大陸汽車產業自製率大幅提高及 ECFA 簽署後將大降臺商關稅，此三大效應將大幅提昇工具機產業之成長。雖然臺中以及中部地區在工具機產業佔有如此重要的地位，且具有舉辦會展上的地理優勢，但中部地區卻直到去（2010）年才獲得舉辦國際工具機展的機會。

(二) 2010 臺灣國際工具機展

以往，每隔兩年皆會由中華民國對外貿易發展協會及臺灣區機器工業同業公會於臺北舉辦臺北國際工具機展，新近一次在 2011 年 3 月 1 日至 3 月 6 日於臺北南港展覽館舉辦，透過持續性的產業發展及會展舉辦，也成功地讓參展廠商超越日本國際工具機會展，惟在臺北舉辦將無法與中部工具機產業聚落就近實地參觀及提昇中部周邊產業。

直至 2010 年，臺中才由臺灣區工具機暨零組件公會第一次主辦「2010 臺灣國際工具機展」，於 11 月 3 日至 7 日在臺中水湳經貿園區舉行，是當年國內規模最大的工具機盛會。其展場共規劃六個專區，分別為：「金屬切削工具機區」、「金屬成型工具機區」、「管材與線材加工設備區」、「零組件、配件、刀具、夾治具、工具、量具及軟體應用區」、「自動控制、流體傳動、工業機器人及周邊設備區」及「國際公協會及媒體區」，展覽面積近 2.3 萬平方公尺。

在招商方面，邀集國內外約 300 家廠商、1300 個攤位參展，展示各類加工中心機、刀具製具、工具機周邊零組件，更吸引來自世界各地超過 40 個國家的買主前來，據臺灣區工具機暨零組件公會估計，該次展覽湧進數萬名國內外產業界買家。會展行銷、媒體宣傳等預算則有 60%在亞洲地區、歐洲 20%及美洲 15%，並透過國際公協會及貿協等相關的買主名單，廣邀國外買主參觀。

在周邊服務上，於開展日舉辦 1,500 人之大型迎賓晚會，以及安排參觀工廠之行程，以免費接駁巴士串連高鐵站，連接臺中、南崗、大甲幼獅、關連及大里等臨近工業區，讓買主擁有更多時間在國內進行消費及採購。

由於展覽在日本國際工具機展結束後舉行，透過展覽凝聚的話題與能量，且在日圓升值之前提下，訴求臺灣工具機質優價廉之特色，提高潛在的轉單效應，因此吸引逾 1,100 名國外專業買主由日本轉至臺灣看展。在五天展覽期間超過 5 萬人次參觀，且展場成交金額逾 10 億元，後續洽談中的訂單金額超過 20 億元，對臺灣工具機產業而言，有實質上且立即性的經濟效益。此外，會展舉辦結合工廠參觀、國際工具機論壇及地方文化觀光等活動，讓此次會展不只活絡臺灣工具機產業，同時也帶動中部其他產業的發展。

在會展後檢討方面，雖然因為機械產業景氣明顯復甦，促使該次展覽的

成功舉辦，但由於是在水湳機場所搭建之臨時展場舉行，額外耗費大量時間及人力；同時也因展場攤位不敷使用，而限制受理業者之申請。由於會後有98%的參展廠商，表達參與下屆展覽的高度意願，連同大陸及國外等大廠，因此初步估計下屆展覽攤位需求數將超過3,000個。因此，大型會展中心之規劃興建成為此次會展後最重要的議題與迫切的需求。

二、自行車展

(一)產業發展背景

臺灣自行車產業發展迄今50多年，擁有完善的上、中、下游供應體系，透過不斷地開發創新車款、建立品牌及優良的品質，而擁有「自行車王國」美譽。中部地區以機械加工業著名，主要是由於早期日本人以中部為發展糖業、鐵路及伐木為主，再加上中部優良的生產環境，因此成為精密工具機業聚集的地區，而自行車零組件的製造過程中需要各種機械加工技術，因此中部具有地理的鄰近性也促進了廠商與客戶之間的及時互動。自行車的產業特色是屬於裝配型產業，主要以成車廠作為生產網路的核心廠商，零組件廠則配合成車廠形成協力生產網路，例如在中部地區著名的機械加工業，就群聚許多以巨大機械為主力領廠商的協力廠。臺灣自行車產業前三大分別為巨大(臺中市)、美利達(彰化縣)、愛地雅(臺中市)，因此在臺中、彰化地區已形成整車廠與零組件廠商間綿密的產業網路。

臺灣自行車產業重要轉捩點，是由巨大機械與美利達工業所發起，將近20家零組件廠組成A-team，藉由組織內參與會員共同合作學習，推動研究開發體制的改善與創新，生產高附加價值的差異化產品，帶動出口量值同步提昇，大幅提昇廠商在歐洲、北美、日本等高單價市場的銷售能力。近十年來，全球中高級自行車多由臺灣供應，顯示自行車產業界成功轉向創新高值化發展。近年，雖然自行車生產模式外移大陸，但臺灣具有的自行車生產技術優勢及根植於臺灣的發展經驗，卻是無法被模仿及移轉，但未來仍應保有憂患意識，持續經營發展自行車產業，才能更加茁壯。

在自行車周邊產業方面，隨著自行車騎乘活動的人口增加，消費區塊漸往中高價位的車種移動，也更進一步要求所配備的車衣、車褲、頭巾、防曬、燈具、甚至是自行車用衛星定位系統等等，同時也帶動了紡織、照明、精密科技等相關產業的發展。

(二)臺北國際自行車展

1979 年起，臺灣自行車的整車、零件及配件的發展日益進步，在外銷市場上逐漸超越日本地區生產的相關產品，同時調查也指出，美國地區進口的自行車，有四分之三來自臺灣，可見臺灣的自行車外銷市場受到國際之重視。

在 1988 年，由於自行車輸出大國日本於當年暫停辦理「東京自行車展」，中華民國對外貿易發展協會決議於當年將「臺北國際體育用品展覽會」的「自行車」區域獨立出來，舉辦「臺北國際自行車展覽會」，並與機車展合辦。

亞洲規模最大、全球第三大自行車展之一的臺北國際自行車展（Taipei Cycle），於 2008 年移師南港展覽館舉行，參展之國內外廠商逐年增加。參展外商主要來自美國、義大利、日本、香港、法國、德國、比利時、瑞士、荷蘭、英國等國。國際知名大廠如巨大（Giant）、美利達（Merida）、愛地雅（Ideal）、建大（Kenda）、Sram、Maxxis、Shimano、Topeak、Fulcrum、Hayes、Campagnolo、Continental、Colnago 及 DT Swiss 等都在此展覽發表最新研發產品。

「2010 年臺北國際自行車展」首次成立法國國家主題館。會展場地共規劃為三大區，項目包括自行車車胎、座墊、車身、車燈、煞車、變速器等零配件、輕型電動車以及自行車整車等；共計有 900 餘家國內外廠商參展，近 3,900 個攤位。在展覽期間，展出最新研發之高功能性、輕量化碳纖維公路跑車、登山車與專業競賽車種，以及環保車種如:電動自行車與摺疊車，相較於歐美的自行車大展，「2010 年臺北國際自行車展」展品種類更多且負有高精緻品質，相關零配件亦使用高科技材質，透過展覽以展現臺灣產業之研發創新。此外，由於攤位需求較展場最大可供給之 2,880 個攤位多出近 1,000 個，因此也首次增加六樓空間以及加倍擴大戶外展場作為臨時展示區域，以容納更多廠商並增加展品的豐富性，但也突顯空間不足之現況。

在服務方面，透過展前廣泛宣導、密集的接駁專車班次、清楚的路標指引及停車規劃，讓參觀者能夠迅速與便捷地到達展場。同時，外貿協會及臺灣區自行車輸出業同業公會也配合展覽舉辦多項活動，包括：

1.臺灣自行車之夜（Taiwan Cycle Night）：為了讓廠商與買主交流而進行之展覽酒會，於開幕日晚上也於臺北國際會議中心盛大舉辦。

2.自行車戶外試騎：在臺北世界貿易中心四合一噴水池廣場，讓邀請參觀之

民眾進行自行車試騎乘，互動式的參與。

3.優良創新自行車及零配件產品展示：由工業技術研究院與臺灣區自行車輸出業同業公會配合展覽同時舉辦。在展覽舉辦前，先進行作品之徵選，而後邀請國內外專業人士進行後續評選，獲獎之作品可於主辦單位特別設立的專區進行展出。

4.全球自行車設計比賽：配合臺北國際自行車展覽會所進行之活動，由經濟部技術處主辦，自行車工業研發中心承辦。全球自行車設計比賽之資格是給自行車愛好者參與的創意活動，而優良創新自行車及零配件產品徵選則是專門為自行車整車與零件製造廠商所設計創造。

5.環臺自行車賽：自 2006 年起，環臺自行車賽新增「臺北市政府站」之繞圈賽，讓更多自行車愛好者在參觀展覽時，同時欣賞到高水準比賽，以活絡會展之變化性。

此外，會展於戶外規劃極限運動表演，藉由展現極限運動的力與美，推廣臺灣特技單車之運動風氣與自行車產業發展之進步。而戶外試騎區開放知名參展廠商提供單車特技表演，以展現各家車廠特技單車之性能與特色，也提供買主實地試車機會。另外，還有舉辦電動車試乘、創新產品頒獎及展示、輕型電動車國際研討會、自行車暨電動車全球市場等趨勢論壇，以吸引國內外買主參加以更深入了解。

除了舉辦專業自行車展外，也安排自行車體驗之旅，透過國際媒體記者的參與，體驗臺灣自行車產業與生活的結合，同時可經由報導優質休閒生活提高臺灣國際能見度。活動騎乘的路線為淡水自行車道，車友可沿著河岸自行車道，欣賞淡水美景、造訪關渡宮、生態濕地、海港聚落等臺灣之美的沿路風光。

臺灣自行車產業已突破傳統代工，往高附加價值、新功能等方向發展，並持續朝向世界知名自行車品牌邁進。經由 20 多年來臺灣自行車產業界的努力，加上廠商在研發、生產及行銷上的付出，外貿協會已成功地將「臺北國際自行車展」打造成國際上頂尖的自行車專業貿易展，展現臺灣廠商高度的創意與彈性，促使臺灣自行車產業在國際佔有舉足輕重之地位。臺北國際自行車展每年規模持續擴大，並朝不斷創新活動、提供更多元化的服務及提昇

展覽會品質而努力，使此展成為全球自行車產品「創新價值、領導流行」的展示櫥窗，同時也是國際買主掌握自行車最新潮流及採購的專業平台，但似乎卻讓大家忽略了自行車的故鄉是在中臺灣。

(三)臺中自行車週 Taichung Bike Week

中部是自行車業重鎮，從苑裡、大甲、沙鹿、太平、大里到彰化，包括零件、組裝、加工、烤漆等相關行業共計有上萬家廠商。但往年的自行車展皆於臺北舉辦，直至 2007 年，臺中首次由自行車業界聯合自行舉辦會展，2009 年特別由臺中市政府贊助，有五十家廠商參加，至 2010 年倍增到一百多家，但由於受限於場地不足，展場分散在永豐棧、長榮桂冠及金典酒店，自行車產業的貢獻及展覽場地的提供顯然不成比例，對未來以此議題進而提昇大臺中國際競爭力來說是一大挑戰。

自行車零件亦走時尚風、精緻路線以展現不同風格，例如，以專業自行車零件聞名的英國品牌「FUNN」，但設計、製造都是由臺灣製造廠商所負責，將產品設計呈現多元化，讓自行車除了功能外也成為一種視覺藝術品。此項展覽主要專門為產品經理所設計，讓製造商展示他們下一年度所生產的產品，以讓產品經理決定往後設計的規格；展覽中業者亦透過嘗試研發不同風格與素材的產品，以吸引國內外買家前來參觀，增加自我競爭力。

三、自行車運動

(一)國際自由車環臺公路大賽 Tour De Taiwan

此項競賽最早由捷安特創辦人劉金標先生與國際知名大廠合作在 1978 年創立，以臺北為起點，經省道往中南部，再繞經東部，最後回到起點，花費一周時間完成此項巡迴賽事。在 2005 年，被國際自由車總會列為重點賽事，並且在同年 3 月與外貿協會合作，順利舉辦 2005 年臺北國際菁英自由車競賽，使本項賽事在 2006 年起，與臺北國際自行車展覽會整合，成為臺灣自行車界的重大盛事。尤其，自 2006 年起，國際自由車總會即正式將此賽事列入奧運資格的積分賽，各國優秀車手對此項賽事皆相當重視，不僅提供各國參賽選手互相切磋技術的空間，也大幅提昇臺灣自行車產業的國際形象。2008 年環臺賽搭配自行車展首度移師南港展覽館舉辦，並於展館周邊增設「臺北市站」繞圈賽繞行世貿中心周邊，為「2008 臺北國際體育用品展」造勢，藉

由活動以擴大展覽與賽事之結合，為臺灣自行車業打響國際名號。

2011 年國際自由車環臺公路大賽於 2011 年 3 月 19 日至 3 月 28 日舉行，由臺北市仁愛樹蔭大道的個人計時賽揭開序幕，且依序在臺北、新北、桃園、新竹、臺中、嘉義、高雄、臺東、花蓮、宜蘭，進行不同類型的公路賽與繞圈賽。相關的主題活動包括：

1.現場加油活動：由主辦單位與中華電信合作之現場活動，包含三項子活動，並在所有分站比賽中設置。藉由活動讓參觀者可以更加了解國際自由車環臺賽的歷史，也可以了解各分站的設置背景。

2.海報設計大賞：為鼓勵參與的大專院校學生，藉由視覺的創意，與環臺賽的元素，展現臺灣的另一風貌。在環臺賽進行的期間，將獲得佳作與優勝的作品，進行巡迴展示，並且在最後的分站比賽結束後，表揚優勝作品的設計者，讓整個活動更多元的發展。

3.開幕式與領騎：邀請當地具特色的表演團體進行開場表演；另外，在第二站之後，前一站的領先者，皆會接受該分站縣市政府之表揚，並致贈紀念品。領騎部分，主辦單位會先配置好領騎的自行車，由各分站的與會貴賓進行領騎，作為暖胎圈的開始。

在臺北市站「市民菁英繞圈賽」，被視為是業餘車手的最佳伸展臺。為了推展臺北市的自由車運動，並且拉抬環臺賽臺北市站的聲勢，主辦單位在正式比賽前，也進行了一場名為「市民菁英繞圈賽」的會前賽，吸引對自由車運動有興趣的業餘自行車手共襄盛舉。比賽年齡門檻限定為 15 歲以上，路線安排與環臺賽相同，但規模只有環臺賽的三分之一，對於推展自行車休閒有正面的效益。

在臺中市站「創意、活力、文化城」，此單站為繞圈賽。路線為：向上路二段（文心森林公園圓滿戶外劇場，起終點）→文心路一段→大墩七街→河南路四段，每圈 2.2 公里，比賽進行 40 圈，共 88 公里。

(二)自行車日－大臺中自行車大會師

隨著舉辦各種自行車活動，以及參加自行車騎乘人口漸增，持續為自行車產業內銷的熱度加溫，並有往中高價位的車種移動之現象，也帶動自行車的周邊產業，目前在各縣市政府廣建自行車道，且每年 5 月訂為「自行車月」，

訂定自行車日等積極推廣自行車騎乘政策。

由臺中市政府、財團法人自行車新文化基金會所主辦的「自行車日－大臺中自行車大會師」，活動主旨在於提倡全民運動並為地球盡一份心力，減少二氧化碳空氣污染，特別規劃推動臺灣自行車日之自行車騎乘活動，祈求藉由此新生活運動來提昇全體生活品質，促進人文與社會發展。活動內容為單車逍遙遊、音樂欣賞、青春無敵啦啦隊、熱力放送熱舞、摸彩活動等等。活動地點及騎乘路線規劃為：15 公里路程－臺中市洲際棒球場→崇德路→文心路→中港路→安和路→福科路→東大路→東海大學→中正紀念堂；20 公里路程－豐原社皮公園→豐原大道→崇德路→潭雅神自行車道→科雅路→中科路→東大路→東海大學中正紀念堂前廣場，種種跡象皆顯示臺中對於自行車的推動與活動的廣度皆在逐漸成型中。

貳、休閒娛樂

節慶活動提供群眾獨特的文化或休閒體驗，往往是當地引以傲的民俗活動，也是旅遊的賣點，與當地的繁榮發展息息相關；富有盛名的巴西里約熱內盧嘉年華會或德國慕尼黑的啤酒節，即為極具口碑的指標性活動。這些活動吸引全球各地成千上萬的遊客參與盛會，也連帶提昇當地及鄰近地區住宿、餐飲、購物消費、交通旅遊等行業的商機。吸引群眾的節慶活動除了營造歡樂氣氛，提供貼心的服務讓遊客休閒娛樂外，並能讓群眾藉由親身體驗而認同該活動所蘊藏的文化意涵，遊客不僅觀賞並且能夠自在地參與，進而強化當地之印象行銷，因此節慶活動特別需要發揮創意。

一、臺灣音樂饗宴

(一)墾丁春天音樂季

由 Jimi 和 Wade 於 1995 年發起之「春天吶喊」，原先以「原創搖滾樂」為目的，期盼讓所有想演出的樂團有其所屬之舞台，持續每年四月份在墾丁舉辦，逐漸成為臺灣搖滾樂界的共識與期待。春吶為墾丁帶來的周邊經濟效益龐大，然而於 2002 年後，陸續有吸毒、嗑藥等負面新聞傳出、媒體過度渲染，以及過量的商業活動，逐漸劣化正面音樂性質的「春天吶喊」。在 2006 年，為了使音樂季更有豐富性、安全性、及吸引更多不同階層的音樂愛好者加入，墾丁國家公園首度開放園區內貓鼻頭、鵝鑾鼻、佳樂水三處試辦墾丁音樂季。直

自 2007 年起，內政部介入官方力量，將其正名為「墾丁國家公園春天音樂季戶外音樂活動 」。

2011 年為第 17 屆墾丁春天音樂季，從原本 1995 年 20 個團體增加至 600 個團體至此參與活動。其中，共包括八個活動項目，規模最大為春天吶喊、春浪音樂節，其他尚有亞洲搖滾音樂季、臺灣嘻哈音樂祭、海洋音樂祭、春浪恆春電音、巧克力派對及刺青展等活動，活動地點北至貓鼻頭南至鵝鑾鼻。其中，正宗的搖滾音樂季「春天吶喊」於鵝鸞鼻公園舉行，大致分為主舞台、七個小舞台及藝術市集，主舞台主要邀請知名樂團或者較成熟之地下樂團擔任演出，小舞台以徵選通過之創作樂團為主，吸引力十足。

除了音樂外，有些團體更結合了舞台劇的表演效果，以特殊的表演方式重新詮釋音樂。透過國內外創作音樂團體的演出、短片形式的表演節目、當地美景美食及音樂紀念品，使恆春半島於音樂季期間觀光客倍增，據產業聯盟估計，為墾丁地區帶來逾四十億元之經濟效益。

(二)貢寮海洋音樂祭

國際海洋音樂祭（Hohaiyan Rock Festival）是一個臺灣每年夏天舉辦的多日音樂表演活動，首次舉行於 2000 年。由於歷年來活動之舉辦地點皆位於新北市貢寮區境內福隆海水浴場，因此被稱為貢寮海洋音樂祭，簡稱為海洋音樂祭。海洋音樂祭最早是由臺北縣政府新聞室與獨立的地下音樂製作公司「角頭音樂」合作發起，旨在效法伍茲塔克音樂節（Woodstock Festival）創造一個屬於華語環境的音樂盛會。參與之表演者除了許多知名搖滾樂團體與歌手外，也包括許多地下音樂表演單位。

首屆的國際海洋音樂祭於 2000 年 7 月 15 日在臺北縣貢寮鄉的福隆海水浴場舉行，為期僅 1 天，無設置海洋音樂大賞，活動內容為單純的邀請國內外樂團於沙灘上進行演出。活動於 2002 年延長為 2 天，約有 50,000 人次參與。第四屆於 2003 年 7 月舉辦，是第一次進行為期 3 天的活動，亦成為日後海洋音樂祭的傳統，約有將近十萬人次參與。至 2004 年，3 天的音樂祭共吸引約三十萬人次；然而，此屆活動面臨由於興建核四重機碼頭造成的沙灘流失，新北市政府由其他地方挖沙至福隆海灘進行填補，也因此引起了環保和反核團體的抗議。第十屆於 2009 年 7 月舉行，三天大舞台表演分別為華人之夜、海洋獨立音樂大賞決賽及國際之夜，超過 30 團以上的獨立樂團於活動期間參

與表演。第十二屆的貢寮國際海洋音樂祭將擴大舉辦為 5 日，時程由 2011 年 7 月 6 日至 7 月 10 日，同時更朝向國際搖滾樂壇標竿地位邁進。

海洋音樂祭以福隆海水浴場內外兩個沙灘上所搭建的表演場地作為舞台，透過接力的方式由不同之表演單位輪流上臺；同時，由新北市政府提供主要的活動經費，讓到場的聽眾能夠免費入場參與。其主要活動內容為：

1.大型音樂活動演出

碧海藍天主舞台（Big Blue Major Stage）：邀請國內外樂團進行演出，主要分為表演類、觀摩類、主題類和海洋大賞競賽類；熱浪搖滾開放舞台（Hot Wave Open Stage）：開放國內外獨立樂團自由報名參加。

2.海洋獨立音樂大賞

從 2001 年起，為華語地區獨立樂團為主的音樂競賽，開放樂團自由報名，由評審團選出最後優勝之樂團。

3.海洋音樂影展

於 2005 年首次舉行，挑選國內外與音樂相關的電影或短片進行播放，亦舉辦音樂紀錄片及音樂錄影帶之創作比賽。

4.獨立廠牌大展

在現場銷售及展出獨立音樂公司之唱片、商品，同時舉辦獨立歌手或樂團之簽名會等活動。

從經濟層面來看，第一屆音樂祭為期僅 1 天，由縣府負擔 5 百萬的經費，無民間贊助款，但吸引近 3 萬人參與，創造出兩千萬元的經濟效益。後續規模逐次變大，經費增加至 2、3 千萬元，吸引之人潮也增加至 2、30 萬人。據新北市政府估計，於三至五天的音樂祭期間，貢寮鄉當地的商家收入總計超過一億五千萬元；若連東北角各觀光景點一併計算，這場音樂盛會的整體經濟效益高達三億元。

二、在地音樂文化

(一)臺中爵士音樂節

由臺中市文化局所舉辦之臺中爵士音樂節「純粹爵士．超級響亮」系列活動，透過不同情緒、風格、曲調，呈現爵士音樂不同之樣貌；每年邀請國內外重量級之爵士樂演奏者齊聚臺中，透過創造表演新型態與節慶新氣象，以爵士音樂此共通語言讓彼此互相交流，結合產官學三方面資源進而發揮最大效益，期以藝術文化來增進臺中市整體競爭力。

在活動規劃中，以爵士音樂為主題，舉辦爵士樂創意海報設計比賽、爵士鋼琴比賽、爵士新秀比賽、美食攤位、藝術市集等項目活動，增進各方藝文團體交流及創造藝術文化氛圍。首屆於 2007 年舉辦，至今活動規模最大於 2010 年，為期 9 天(2010.10.16 ~ 2010.10.24)，2011 年活動為期兩天(2011.05.28 ~ 2011.05.29)；其中，2010 年參與人數多達 70 萬人，並成功與國際音樂藝術文化接軌，吸引世界各地爵士音樂愛好者共同參與。藉由舉辦爵士音樂節來建立臺中市國際藝術節慶之特色，提昇民眾藝術欣賞能力及拓展文化視野，凝聚市民參與感，振興臺中市文化觀光休閒產業及都市行銷，並且促進國際文化交流。

(二)后里樂器工藝

后里「臺中樂器節」至 2011 年已邁入第五年，每年皆有數萬人次遊客參與。為期兩天之樂器節活動多在后里馬場展出，現場可聆聽多樣樂器聲響、實際操作樂器以及欣賞樂器之美，體驗后里當地之 Saxophone、長笛、爵士鼓等樂器文化，同時活動也提昇民眾音樂文化涵養。除了多種的樂器體驗活動之外，還設置樂器舞台、愛樂秀場、樂器競技場、搖滾舞台、薩克斯風舞台、打擊館、樂器體驗館、樂器 DIY (氣球貝斯、響板製作、簡易吉他) 、樂器醫院以及樂器商店街等等樂器相關之分區，提供遊客不同的需求。

首屆於 2006 年舉辦，活動規模大多為期兩天，於每年的七月間舉行，遊客於活動期間可免費入場。除主要樂器相關活動外，另舉辦美食旅遊嘉年華、馬術表演、鐵馬主題區、觀光主題區和調酒大賽等活動，為整個音樂系列活動增添更多的色彩。

臺中樂器節透過報紙、電視、活動廣播及文宣，將臺中后里特有的 Saxophone、長笛、爵士鼓等樂器文化，建立國際性的臺中縣樂器節，提昇市民對於樂器文化保存價值的了解；經由逐年擴大舉辦，成功行銷地方產業，活絡經濟，並且透過音樂與休閒活動以陶冶民眾身心。在 2010 臺中縣樂器節

二天活動期間，估計吸引近八萬人次參與，尤其親子經由參觀各項體驗館區，彈奏當地特有的吉他、爵士鼓及手風琴等等後，加強學音樂可以陶冶性情、培養藝術氣息的認知，更也提高家長讓孩童學音樂之意願。

(三)彰化南管傳統戲曲

「國際傳統戲曲節」活動以南北管戲曲音樂為主；北管一般以是戶外演奏為主，南管則是優雅沈靜，注重絲竹合奏，這兩種不同風格的傳統音樂，對傳統戲曲影響深遠。這項活動以南、北管音樂戲曲為主軸，吸引來自臺灣各地將近 40 個團體參加表演，加上結合廟會活動，對傳統戲曲文化之傳承有很大的貢獻。除了邀請國內之南北管團隊一起參與演出之外，也邀請廈門南管團隊和南美安地斯樂團至現場演出，進行兩岸和國際間之文化交流。這項活動不僅讓臺灣各地南管與北管的愛好者，能夠相互交流之外，也藉此讓民眾瞭解傳統戲曲的精緻與內涵。

「國際傳統戲曲節」自 2008 年舉辦至今，其活動內容主要包括兩大項：(1)主軸活動：南管整絃大會、北管大匯演、國外傳統音樂戲曲創新示範演出；(2)配合活動：南管新生代邀請、觀摩賽、戲曲象限創團演出、南北管音樂戲曲出版品、南北管三部曲暨藝師王崑山銅雕、藝師講古話戲曲、捏麵人、印加傳統音樂演出、國樂東西方曲風演奏等。

此活動主要為紀念西秦王爺，同時也強調彰化在地的南北管音樂戲曲文化，創造年輕一輩的學習者，藉以行銷彰化在地特色音樂產業。為此，每年在彰化市舉行北管大匯演，讓民眾體驗廟會傳統文化；另外，文建會也特別舉辦新生代南管的觀摩賽，培養年輕人傳承這項傳統音樂戲曲表演，進而帶動欣賞與學習的風氣。

(四)南投日月潭花火音樂節

日月潭花火節每年於十月份舉辦，除了施放煙火之外，還結合由國內頂尖的音樂好手組成的管絃樂團演奏之交響樂。主要活動包括：邀請國內外知名交響樂團之演奏、男女高音演唱、日月潭煙火表演、日月潭國際環湖馬拉松等等。嘉年華會自展開後，每個禮拜六、日皆有不同演出之主題，例如第一週為鼓樂週，有開幕晚會以及十鼓樂團之演出。

風管處期盼透過活動的舉辦，傳承日月潭周邊特色文化，諸如澀水紅茶、車埕木業、貓頭鷹特色商家等，藉此讓日月潭觀光融入文化內涵；參與的表演團體囊括國內外藝文團體，遊客人數逐年提昇，也因此帶動周邊商業強度。

三、中臺灣特色美食文化

(一)在地特色美食

臺灣可謂是美食國度，各個地方各個時節都有對應的特色美食。在中臺灣，臺中以糕餅聞名，在每年的 4/3 ~ 4/9 舉辦國際糕餅文化節；彰化縣則在 11 月 ~12 月間舉行彰化肉圓節；南投縣在 10 月間舉辦筍鮮茶香南投極美節；11 月~12 月則是雲林縣的臺灣咖啡節。

表 6-1-1　2011 年臺灣地方特色美食活動

地點	地方特色美食活動	時間
臺北市	臺北國際牛肉麵節	11 月
基隆市	基隆鎖管季	6~8 月
新北市	坪林包種茶節	6 月春茶 12 月冬茶
桃園縣	石門活魚觀光節	9 月
新竹縣	新埔鎮柿餅產業文化節	9 月~10 月
新竹市	米粉貢丸節	10/14~10/16
苗栗縣	客家粄仔節	11 月~12 月
臺中市	臺中國際糕餅文化節	4/3~4/9
彰化縣	彰化肉圓節	11 月~12 月
南投縣	筍鮮茶香南投極美節	10 月
雲林縣	臺灣咖啡節	11 月~12 月
嘉義市	嘉義雞肉飯節	4 月~12 月
嘉義縣	阿里山-茶飲食文化節	9 月
臺南市	清燙牛肉啤酒節	10~11 月
高雄市	內門宋江陣&辦桌美食	3/12~3/21
屏東縣	黑鮪魚文化觀光季	5/7~7/3
宜蘭縣	鯖魚節	9 月~10 月
花蓮縣	曼波魚節	7 月~8 月
臺東縣	東海岸旗魚季	11 月
澎湖縣	石斑文化季	8 月~10 月
金門縣	石蚵小麥節	4 月
連江縣	老酒紅糟美食節	8 月

資料來源：臺灣美食節網站 http://theme.taiwan.net.tw/taiwanfood/index.html

1.臺中

臺中糕餅種類眾多，除了眾所周知的太陽餅之外，亦有老婆餅、彩頭酥等延伸餅類，而豐原、神岡一帶的綠豆椪、大甲的奶油酥餅與媽祖餅，更因其歷史文化淵源或是天然條件，而成為當地特產，每款糕餅皆有各自之故事與起源，更增添其人文氛圍。

大臺中糕餅產業傳統上以山線、海線、屯區作為區域劃分；其中，海線以大甲鎮瀾宮周邊為主，由媽祖遶境所帶動之糕餅產業，以「媽祖餅」最為知名;「酥餅」原為大甲地區的訂婚喜餅之一，1980 年代以天然奶油製作之「奶油酥餅」，因大甲鎮瀾宮建醮而隨香客流傳至臺中以外地區，與大甲媽祖、大甲帽蓆並稱「大甲三寶」。此外，最為代表臺中糕餅特色之太陽餅，主要以麥芽糖為原料，為早期富有人家的茶點食品，又稱為細餅。太陽餅發明人「阿明師」魏清海，自幼於神岡鄉社口村昆派餅店學習製餅，學成後於臺中開設「元明商行」，為太陽餅最早之由來。

2.彰化

肉圓起於光復初期物資貧困的年代，食材利用番薯粉加米漿，經過多次粉、米漿和水比例的調整，而製作研發出來的粉團，並以豬肉及筍塊作為內餡增加口感。彰化肉圓的共通點是以油炸為主，至今彰化地區尚有許多以肉圓維生之老字號店鋪，食材比例、火候拿捏、調製沾醬各有特色，彰化肉圓之美味名聲也因此聞名國內外且歷久不衰。

自 2007 年起，彰化每年舉辦肉圓節，更提供業者宣傳的機會，也逐漸成為國際旅客推薦的在地美食之一。2011 年彰化肉圓節將於 11 月舉辦，預計邀請多家老字號口碑肉圓店，舉辦肉圓試吃及相關美食娛樂的節目，藉由民眾參與及各種遊戲互動，對彰化肉圓增加更多了解。

3.南投

南投匯聚竹鄉與茶鄉兩大特色，特別是鹿谷和竹山兩鄉鎮。因此，南投縣正積極將茶竹文化打造為國際觀光魅力之題材與據點，聯合縣內餐飲及民宿業者，利用筍、茶食材，輔以當地傳統與創意料理方式，推動筍鮮茶香餐，並結合旅遊與地方產業，在 10 月推出「筍鮮茶香．南投極美節」之美食觀光節慶。

鹿谷、竹山兩地，往年都會藉由舉辦大型活動以推廣在地特色，例如茶香健康節、南投世界茶業博覽會。首次舉辦的「筍鮮茶香‧南投極美節」，除了地方特色餐廳推出以竹筍為主之餐點，縣府也結合在地藝文活動，諸如邀請竹山知名書法家、畫家及雕刻家等藝文人士，與遊客在竹林中一同品嚐茶香、欣賞美景、評論藝文，藉由營造氣氛可紓解現代人生活壓力，也可強化參與者之感受及印象。

另外，藉由採竹筍之體驗活動，讓遊客體會筍農的辛勞，也對竹筍的採收和特性有更進一步的了解。「南投極美節」透過賞竹海、品好茶、啖筍餐、看藝文等多樣化的活動，打造國際級的節慶特色，吸引遊客參與，提昇在地產業的經濟及文化效益，皆值得讚許。

4.雲林

早在日治時期，雲林縣古坑鄉由於地理位置及氣候等天然因素，就已開始於當地種植咖啡樹。每年至秋季，雲林縣政府以「來古坑品咖啡」為號召，舉辦「臺灣咖啡節」，透過分享音樂、攝影、講座等深度之文化內涵方式，安排各種相關咖啡文化活動，包括全國咖啡達人比賽、古坑隧道音樂祭、體驗正宗本土咖啡香、雲林特色咖啡館票選、國際咖啡主題日、咖啡烘焙競技、文創市集、咖啡豆 DIY 親子活動咖啡、生豆評鑑等。

每年 2 至 3 月，咖啡樹上開滿小白花，散發著茉莉般的淡淡清香，也成為古坑當地特色景觀。古坑每年於 10 至 12 月咖啡豆成熟的季節舉辦咖啡節，自 2003 年開始舉辦以來均吸引大量遊客前往，相關活動也早已成為當地最重要的觀光盛事。其中，華山地區正是發揮在地「咖啡文化」之代表，沿著古坑主要幹道林立的店家提供臺灣咖啡，許多老闆以咖啡為人生，積極研究並開發出多元美食特產，讓遊客擁有不同味覺感受。

(二)臺中休閒美食展

臺灣地方美食傳承百年，深具在地精神。美食展的舉辦除提供業界交流展售之平台外，更可藉此推動地方文化、整合特色地方產業及帶動地區經濟繁榮。

經濟部工業局觀光工廠輔導計畫之 2010 年成果發表會，自 9 月 9 日至 12 日結合臺中休閒美食展擴大舉辦，以「下一站，到觀光工廠」為活動主題，

獲得廣大迴響。逾 60 家參展廠商涵蓋食、衣、住、行、育樂各層面，藉此讓民眾認識各個不同產業之觀光工廠，進而提供家長和小朋友寓教於樂之學習機會。

成果發表會活動內容主要包括：1.觀光工廠成果展示；2.綜合食品、縣市農特產品、西點烘焙、餐飲設備、餐飲連鎖加盟、養生食品、有機蔬果及素食餐廳等庭園餐廳、無菸餐廳及各式咖啡、茶、酒、飲料等；3. 休閒旅遊及相關產業等；4. 地方特色美食小吃、客家美食、原鄉料理；5. 地方伴手禮主題館等。除此之外，美食展主題區規劃四大活動區域，包括：1.「觀光工廠歡樂隧道」：讓遊客實際現場體驗親手 DIY 的樂趣；2.「觀光工廠自營站」：通過觀光工廠提供各式各樣極具獨特性創意商品；3.「創意市集」：銷售匯集臺灣各地觀光工廠之特色商品；4.「觀光工廠互動舞台」：每日邀請不同知名藝人及樂團表演，以及舉辦各種互動活動，提高趣味性。

活動行銷方面，透過報紙廣告、電視廣告，於展前一星期發佈展覽訊息，以全國性無線電視臺為主，中彰投有線電視臺為輔，與電臺合作廣播，並與知名旅遊及美食雜誌合作安排專訪及 call in 贈獎活動，加強展覽訊息曝光。並藉由電子報、7~9 月份展覽、連鎖餐飲業、連鎖 3C 賣場及臺中市十大商圈等各通路發放免費入場券廣招民眾參觀展覽。展前及展中發放新聞稿及展覽優惠訊息，並於本中心及旅遊美食網站刊登展覽活動訊息與免費入場券之下載連結。

成果效益方面，「臺中休閒美食展」結合觀光工廠型塑成果博覽會，透過展覽成功呈現具有歷史、文化的傳統工廠轉型兼營觀光服務之成果，吸引超過六萬人次的參觀人潮；同時搭配辦理臺灣伴手禮大展，結合地方觀光產業發展各地區旅遊伴手禮相關產品，建立多元化的產品通路，進而促進在地消費；提昇相關企業之國內外知名度，並吸引國內外旅遊團體到訪國內觀光工廠，體驗產業觀光魅力，加速帶動地方產業創新發展，也展現在地活力。

參、文化觀光

媽祖祭祀是臺灣最普遍的民間信仰。由於漢人移民多自大陸渡海而來，且臺灣四面環海，海上活動頻繁，因此媽祖成為臺灣人最普遍信仰的神明之一。而且，媽祖雖傳自大陸，但在臺灣的信仰熱度已遠超過大陸，僅臺灣一地，就有媽祖廟 510 座。

臺灣媽祖信仰中最具有特色的活動莫過於「遶境進香」，其隊伍來自社會各階層，大多為了還願祈福或消災解厄。所謂「遶境」是指媽祖鑾轎巡視本地轄區，「進香」則是信徒迎請媽祖前往拜會外地廟宇。臺中大甲鎮瀾宮所舉行的遶境進香，則為近年來全臺灣最盛大的媽祖遶境進香活動，不僅規模逐年擴大，並且在地方政府的支持之下，已擴大為「媽祖文化國際觀光節」活動，更被探索頻道「Discovery」列為與沙烏地阿拉伯麥加朝聖、印度恆河洗禮並稱的世界三大宗教慶典之一。而在臺灣規模較大的媽祖遶境進香中，除了大甲鎮瀾宮媽祖遶境進香外，尚有北港朝天宮迎媽祖、白沙屯媽祖遶境進香以及彰化縣媽祖遶境祈福等等。

一、大甲鎮瀾宮媽祖遶境進香

大甲「鎮瀾宮」創建迄今已有兩百餘年，是大甲地區五十三庄的信仰中心和精神堡壘。以前稱做「天后宮」，即今名聞中外的「鎮瀾宮」，該宮香火鼎盛，信徒遍及各地，大甲民眾習慣稱它為「媽祖宮」，奉祀主神為天上聖母，又稱媽祖。

清雍正八年（1730 年）福建省莆田縣湄洲林永興，自湄洲祖廟奉請天上聖母神像來臺於大甲定居，當時很多人們虔誠信奉湄洲媽祖，紛紛前來參拜，聖蹟靈驗。地方人士見香火鼎盛，徵得林氏同意，於雍正十年興建小祠奉祀。於乾隆三十五年(1770 年)，改建為「天后宮」。乾隆五十二年(1787)，地方人士發起獻地重建，並且正式定名為「鎮瀾宮」。鎮瀾宮於清朝時期有湄洲進香的活動，每二十年就會號召信徒至湄洲進香，由大安港搭船駛至湄洲，此活動一直延續到日治期間大安港廢港，總督府嚴禁臺海兩岸往來。後來，由於北港朝天宮供奉聖父母(媽祖的父母) ，因此鎮瀾宮改往北港進香。直至 1988 年，鎮瀾宮董監事會決定，改往嘉義新港奉天宮，並取消了最具神秘的刈火香擔，純粹以遶境與進香為主。

媽祖信仰不只是從古至今歷朝官方重視，更是各地方民眾的精神寄託，媽祖從航海守護神到生活守護神，在安定人心及常民心靈信仰中佔有相當重要的一席之地，成為華人世界的主要信仰神祇之一，信徒藉著燒香禮佛的行為獲得心靈的慰藉和安全感，對於政治、經濟、民俗等都有正面助益，是臺灣文化特色代表之一，更是臺中珍貴的無形文化資產。一年一度的「大甲媽祖繞境進香」，舉辦於每年農曆三月間，隨著社會型態的變動，進香隊伍在傳統的科儀與民俗陣頭中，也溶入了現代的生活風貌與些許的調整，充分的顯現生活在這塊土地人民之文化

活力與對宗教的虔誠，扮演著推動本土社會文化發展、記錄文化歷史軌跡、帶動經濟產業起飛的角色，並與生活緊密結合更成為傳統文化在現代生活中新的生命力。

(一)大甲媽祖國際觀光文化節

臺中「大甲媽祖國際觀光文化節」由政府及大甲鎮瀾宮主辦，整個節慶活動由一單純的地方性活動，變成全國性甚至名聲遠播海外，由一單純的宗教活動，演變為一嘉年華會式的綜合性活動，各種文化、藝術、娛樂、休閒，甚至國際交流均透過此一宗教活動得以彰顯。每年舉辦之大甲媽祖國際觀光文化節，都有特定的主題主題，其目的除了延續大甲媽祖文化傳統外，更重要的是將文化紮根，並且結合當地文化和特產，促進地方的國際觀光。

1.活動緣起

臺中大甲鎮瀾宮是中部地方精神堡壘與信仰中心，每年農曆三月媽祖誕辰前後舉行之媽祖進香繞境活動，除了含有消災解厄、祈求平安及整合社群外，豐富的禮俗及民間藝術也蘊含了深厚的文化認同。媽祖進香民俗節慶活動，因臺灣民間信仰而產生，透過舉行祭典儀式來傳達信徒們對神靈尊敬之意，而這些祭典科儀也蘊藏了許多深奧的生活倫理、人生哲學及激勵人心的民間藝術，並且深具傳統性，鄉土性的文化價值，必然需要獲得保留。

臺中山明水秀、人文薈萃，靠山面海自然觀光資源相當豐富，依地理環境的分佈區分為山線、濱海及屯區三大旅遊路線。山海屯區風光明媚，休閒旅遊、農特產品、地方美食、文化藝術等豐富且多元，政府希望藉由此媽祖文化節，結合休閒旅遊觀光資源、豐沛的自然生態、文化經濟產業，將民間信仰藉由實際的參與與互動，增進了解臺灣文化，吸引國內外遊客至臺中旅遊觀光，提高地方經濟效益與對媽祖的認知。

2.活動目標

政府自1999年起舉辦「大甲媽祖文化節」，希望能將文化的深度與廣度引介至宗教活動之中。國際性的觀光文化節除了原有傳統大甲媽祖進香繞境的頭香、貳香、參香、贊香等陣頭及團體外，並安排國內外武術表演，及邀請國內外演藝團隊參與演出，且結合觀光資源辦理套裝旅遊行程。政府工作團隊以「天天有展演，日日有活動；傳統化外更要藝術化；進香環保化；提

昇國際化」做為舉辦主軸。希望藉此將媽祖宗教信仰的意義，以文化形式代代傳承下去。其活動目標如下：

(1) 以旅遊為載體推動臺中文化觀光之發展。

(2) 配合傳統民俗活動及其參與人潮，規劃藝文及旅遊活動行銷臺中。

(3) 推動常民文化認同，藉由「臺中縣大甲媽祖國際觀光文化節」以推廣文化生活化、生活文化化的目標。

(4) 進行校園扎根，藉由年輕世代之加入，以教師與學生之認同為營造目標，讓傳統民俗文化的意義在校園生根。

(5) 因媽祖信仰為華人信仰圈的重要信仰，透過大甲媽祖各項宗教文化活動，成為全世界華人朝聖的目的地，吸引旅外媽祖信仰者至臺中朝聖及兼具觀光效益。

3.活動內容

(1) 大甲五十三庄的武術傳奇

大甲鎮瀾宮，百餘年來每逢聖母誕辰時，必有遶境出巡活動，附近五十三庄的信徒齊至替媽祖恭賀聖誕，其中各武館出陣是不可或缺的一環。大甲五十三庄因媽祖信仰，集結了眾多武館，經常性的活動，成為大甲地方歷史文化特徵之一。各庄頭武館自農曆年後即開始打理整飾獅頭兵器，大人小孩赤膊練拳，俟大甲媽祖出城入城時，武陣集結出動。大甲五十三庄各武館積極參與文化節活動，為傳遞發揚武術而努力，內容規劃兼具國際化、傳統性以及保存傳統武藝。

(2) 遶境進香的沿革

大甲媽祖進香遶境活動，始於大甲鎮瀾宮創建之時的湄洲進香活動1987年，適逢媽祖成道已千年，湄州祖廟邀請海內外人士回祖廟參加活動，前往媽祖誕生地－港里天后祖祠參拜，自此以後與祖廟香火之緣再度延續。而年度遶境進香則於1988年時棄北港朝天宮，改至往新港奉天宮。進香信徒人數由日據時代的三、四十人，直至1987年的十餘萬人次。參加的人員由原來的大甲、大安、外埔、后里四鄉鎮，慢慢的擴展到全臺各地的盛大投入，使大甲媽祖進香的活動逐漸受到重視，成為臺灣重要的民俗

活動之一。

遶境進香活動的序幕從元宵節揭開，在農曆元月十五日元宵節晚上「擲筊」確定進香出發日期和時辰之相關內容。大甲媽祖進香的過程中，以「起駕」、「坐殿」、「祝壽」、「割火」、「插香」、「回鑾遶境」、「添火」構成進香活動七項流程。花八天七夜以徒步方式行經臺中、彰化、雲林、嘉義四個縣，十五個鄉鎮，六十多座廟宇，全程約二百七十九公里，於第八天媽祖回駕大甲鎮瀾宮。

大甲媽祖的進香活動，各種交通工具都會派用上場，如自行車、三輪車、貨車、轎車、遊覽車等。尤其是自行車隊，要求謹嚴，統一服裝，為「進香示範隊」。遶境進香隊伍有「天上聖母」神轎班、轎前吹、三十六執士、哨角隊、神童團、太子團、彌勒團、福德團、繡旗隊、頭燈、頭旗等陣頭，來自全國各地的信徒自行組成，隨同「天上聖母」遶境進香。

(3) 八大典禮

A.祈安典禮

典禮時間定在出發前一天的下午三點舉行，誦經、讀文，向天上聖母稟明遶境各項事宜，祈求媽祖庇佑全體參加之人員，平安順利。

B.上轎典禮

上轎典禮定於出發前一日下午六時舉行，祈安典禮之後，恭請天上聖母登上鑾轎，並祈求天上聖母遶境賜福於沿途庄頭的信徒。

C.起轎典禮

「起駕」是指媽祖的鑾轎在凌晨零時那一刻，所有的鐘、鼓、哨角齊鳴，由神轎班的人員將神轎抬起，正式前往新港奉天宮而言。

D.駐駕典禮

媽祖神轎於傍晚進入新港奉天宮，媽祖神尊離轎登殿安座，由董監事率領隨香眾人在奉天宮誦經、讀疏文，叩謝神恩感謝媽祖庇佑，讓所有隨香信徒都平安抵達新港。

E.祈福典禮

媽祖駐駕後的隔天凌晨五點在奉天宮大殿舉行，為所有在鎮瀾宮參加點光明燈、拜斗的信徒舉行祈福儀式。

F.祝壽典禮

繼祈福典禮後於上午八時舉行，備妥祭品，由鎮瀾宮董監事率領所有隨香信徒，為天上聖母祝壽，虔心祝禱、誦經讀疏、三跪九叩，也是整個遶境活動的高潮。

G.回駕典禮

回駕典禮是遶境活動中在奉天宮舉行的最後一個典禮，晚上回駕前夕，由鎮瀾宮董監事率所有信徒，在恭讀回駕祝文後，恭請天上聖母登轎回鎮瀾宮，祈求媽祖庇佑眾人平安踏上歸途。

H.安座典禮

經過八天七夜之後，當天上聖母回到大甲鎮瀾宮，登殿安座，董監事率眾人叩謝媽祖庇佑眾人已平安回到大甲，恭請媽祖永鎮在宮，降賜禎祥。

資料來源：2011 大甲媽祖國際觀光文化節活動報導網站 http://dajiamazu.emmm.tw/

圖 6-1-1　2011 年大甲媽祖遶境路線圖

4.效益評估

就總體效益評估，綜合相關研究推估人數，在整個「2008 年大甲媽祖國際觀光文化節」期間（共 68 天），節慶帶來近六百萬人潮，平均每人消費金額分別為 551 元，予以合計，可知大甲媽祖活動之總經濟效益約為 30 億至 36 億元之間。其他，諸如文化的傳承及國際能見度的提昇更有顯著效益。

表 6-1-2　大甲媽祖國際觀光文化節推估之總經濟效益

項目	總人次推估				總經濟效益(元)
	至大甲參訪人次	遶境參與人次	大甲鎮外各項活動	合計	
文化節期間	432,933 ~ 1479,000	5,000,000	87,082	5,520,004 ~ 6,566,082	3,041,522,204 ~ 3,617,911,182
問卷期間	289,200 ~ 375,907	5,000,000	40,000	5,329,200 ~ 5,415,907	2,936,389,200 ~ 2,984,164,757
平均每人消費			551		

資料來源：（董國昌，2008）、（何燕昇，2009）

(二)北港朝天宮迎媽祖

北港媽祖是朝天宮的俗稱，位於雲林縣北港鎮中山路，建於康熙三十二年 (1694 年)，為國家二級古蹟。笨港（即今北港）地區居民為感念媽祖聖德，自清康熙三十三年（1694 年），福建湄州朝天閣樹壁和尚奉請媽祖神像來臺，於農曆三月十九日登陸笨港，由信徒立祠奉祀後，例由笨港渡海回湄州謁祖，回程在安平港登陸，三月十九日鑾駕回抵笨港，同時舉行盛行遶境。民國四十四年，農曆正月十五上元祭典由三天縮小為一天後，農曆三月十九日媽祖遶境遂擴大為二天。在日治時期，臺北迎城隍與北港迎媽祖是全臺灣兩大名祭典，除了朝天宮，北港地方的廟宇與神壇也都會一起共襄盛舉，加上各式陣頭與藝閣，整個繞境的隊伍綿延數公里。遶境路線以笨港溪為分界，分為南街與北街，十九日早上在南港附近「南巡」，二十日早上在新街地區「北巡」，其他時間則在北港的大街小巷穿梭遶境。

北港媽祖遶境，最大的特色在於炸轎，又稱為「吃炮」。當遶境的媽祖神轎通過，兩旁的商家信徒將鞭炮放置轎子底下點燃，此為民眾祈求財富舉動，也為北港地區人們歡迎媽祖出巡的重要儀式，與鹽水蜂炮、炸寒單爺齊名，全臺灣三個以鞭炮聞名的活動之一。另外，包括五十多個在地文武陣頭踩街，以及三十餘臺由當地學生裝扮的藝閣遊行，演出忠義傳奇故事角色，立於亭

臺樓閣之布景平台上表演。

然而，隨著社會型態變遷，笨港地區民俗藝團無可倖免地也日趨式微並產生質變，許多陣頭、宋江陣表演趨於簡單化，更多傳統文化只能自老照片上追憶。近年來，笨港地區自發性文史社團紛繼成立，讓鄉親認識自己精緻的風土文化，以積極態度擁抱民俗藝術，成為休閒生活一部分，讓每年「北港迎媽祖」呈現在地民俗文化。

(三)白沙屯媽祖遶境

位於通霄鎮西北端的白沙屯是一個純樸漁村。清代乾隆年間，在白沙屯開墾先民奉請一尊軟身媽祖，這尊媽祖就成為當地共同的守護神，地方仕紳於同治二年(1863 年)集資籌建拱天宮，亦成為當地信仰中心，當地人稱之為「白沙屯媽」。白沙屯的信徒每年以徒步的方式前往北港朝天宮進香，跨越了苗栗、臺中、彰化、雲林等四個縣，保持傳統的進香儀式。每年大約在農曆三月初進香割火，信徒以簡單的四人輕便轎肩乘媽祖，沒有龐大的陣頭，沒有華麗的神轎，一路越跨大安溪、大甲溪、大肚溪及濁水溪等，往返差不多四百公里，是全國行程最遠的媽祖進香活動。

進香是神靈與神靈之間的尊崇，白沙屯媽祖到北港進香主要為求「刈火」，也可稱「乞火」、「合火」。刈火儀式是由朝天宮的住持法師主持，法師要從朝天宮終年不滅的常明燈裡，掏引火苗到白沙屯拱天宮的火盆裡，這火苗的傳遞象徵媽祖的萬年香火流傳不絕、延伸傳布。白沙屯媽祖的進香的活動，一向以媽祖旨意為依歸，從起駕、出發、進火、回鑾時辰，都是以擲筊來決定。每年進香沒有排定行程表，行程路線、歇宿地點皆不固定，完全由白沙屯媽的神意在前引領。在進香回來的第二天，白沙屯媽祖會舉行遶境遊庄，祈求確保地方平安，等 12 天後的開爐儀式完後，村民吃湯圓表示進香的圓滿順利。

(四)彰化縣媽祖遶境祈福

彰化縣政府為祈求臺灣國泰民安、風調雨順，並增加彰化縣在國內及世界舞台的能見度，創造彰化縣文化觀光的經濟效益，在 2007 年開始籌備，並整合縣內最具規模的媽祖廟，一同舉辦縣內有別於大甲媽祖遶境進香活動的祈福及嘉年華活動，並於 2008 年首次舉辦。

「彰化縣媽祖遶境祈福活動」活動，是由縣府與縣內 12 間媽祖宮廟，包括伸港福安宮、彰化市南瑤宮、芬園寶藏寺、員林福寧宮、社頭枋橋頭天門宮、田中乾德宮、溪州后天宮、北斗奠安宮、埤頭合興宮、二林仁和宮、芳苑普天宮及王功福海宮等聯合辦理，並選定於媽祖得道升天紀念日（農曆 9 月 9 日）前辦理十二天十二夜一系列的遶境及文化活動，聯合遶境活動範圍遍及 15 個鄉鎮市。

資料來源：彰化縣文化局

圖 6-1-2 彰化媽祖遶境規劃路線圖

在媽祖遶境祈福活動中，八大典禮包括：起駕、駐蹕、朝聖、慶賀、祝聖、成道、祝獻、聯合祈福典禮，並分別在遶境友廟中進行。來自彰化縣 10 個鄉鎮市的 11 尊媽祖神尊，於龐大的陣頭、旗隊、儀杖隊，和眾多信眾簇擁下進行，民眾沿路設香案膜拜。

於 2010 年遶境中，文化局特別規劃「尋訪藝術家」活動，邀請彰化縣知名藝術家在宮廟裡寫生，民眾集結三個以上與藝術家合照，即可參加活動。文化局為提昇媽祖遶境的文化意涵，於每一個駐蹕宮廟附近安排文化藝術展演，並邀請彰化縣在地傑出演藝團隊、知名歌仔戲團及國外雜技團演出。配合遶境期間，結合彰化縣政府各局處、鄉鎮市公所、農會、社區、社團，辦理彰化縣農特產展售及各項文化表演活動等。

第二節 臺中市事件經濟之方案研擬

在本研究文獻調查及前節活動事例分析顯示，在發展產業經濟方面，臺中市可針對實力雄厚之工具機、自行車產業做為推動事件經濟的方案選項，但還需進行整體規劃，靜態的產業會展搭配動態的廠房參觀或者自由車競賽，以進一步發揮潛在的效益。其中，水湳經貿園區已確定興建大型會展中心，應可滿足工具機大展本身的展示空間需求，但如何以國際行銷的手法，提高國內外的知名度，成為亞洲知名的工具機、自行車年度例行大展；以及如何使國內外買家對臺中市留下美好的印象，提供交通、食宿、旅遊、購物、多語導覽、資訊、安全的優質服務，促使這些買家延伸商務行程，帶動觀光遊憩乃至觀光醫療的關聯產業與產值，需要規劃更完整全面的配套措施。

在發展休閒娛樂方面，由於臺中市的觀光資源豐富，臺中市可透過營造國際級魅力據點的方式，整合臺中市觀光資源並建立階層體系。其中，特有的音樂文化、工藝及地方美食產業除富有文藝涵養亦具有休閒娛樂效果，更可做為城市形象、吸引力行銷的產品，建立起大臺中的正面形象，結合中彰投區域多元環境、空間、文化資源，積蓄高度兼具有人文創新氛圍的活動，進而帶動區域發展造就區域優勢。方案中可以最具代表中部區域特色的音樂文化活動結合觀光產業，配合中彰投區域可共同以一個區域生活圈為主之方式，一方面推廣公眾對中部本土音樂、美食與工藝的認識，另一方面提昇區域國際性軟體的競爭力，型塑臺中市特有的文創品牌，發展中部城市觀光資源，提昇相關產業效益。

在發展文化觀光方面，媽祖遶境進香可以做為一個可能方案的選項，因為已經具有多年的舉辦經驗與基礎、國內外的知名度、以及活動的特色，每年參加的信徒不斷增加，因而在事件經濟的推動上，較能收到事半功倍之效。不過，在活動的內容規劃、慶典活動時間的延伸、活動路線的交通與食宿配套、周邊關聯產業與產值的提高、國際品牌行銷的創造上，還有很大的改善空間。進而言之，臺中市應深入結合傳統宗教文化內容，以創意行銷為手段，利用故事行銷方式，讓朝聖者的參與過程成為朝聖歷史的一部分，結合無縫隙旅遊，包含交通、住宿、行程、購物、多語導覽、資訊網路服務之安排，擴大國外旅客的參與，以提昇媽祖文化的國際知名度，增進對臺中市有形與無形的各種效益。

壹、中臺灣音樂美食文化節

臺中市位於臺灣西半部的樞紐位置，四季氣候宜人，擁有豐富的地景地貌、多元融合的宗教與民族工藝文化、世界美食匯集地、國際水準的慶典活動及豐沛的世界經濟活動等等，這都成為吸引國際觀光客目光與興趣的特色。根據行政院經建會「國土空間發展策略規劃」，中部區域未來應強化與生活休閒有關的創新產業發展。一直以來，臺中市地區扮演著中臺灣地區觀光旅遊市場的中心樞紐，而根據觀光拔尖領航行動方案中，推出「區域觀光旗艦計畫」，打造 5 大區域觀光特色，並推動「競爭型國際觀光魅力據點示範計畫」及「觀光景點無縫隙旅遊服務計畫」，以創造具國際魅力的獨特景點及無縫隙旅遊資訊及接駁服務，營造國際觀光魅力旗艦景點及高品質的旅客服務。

大臺中擁有多元的文化元素和創意活力，充分展現出城市活力與創造力，近幾年來積極以「文化・經濟・國際城」為目標，主要發展主軸為建構「生態、生產、生活」三生永續發展之世界大都市，在軟、硬體方面加強重大旗艦計畫及文化建設，包括展演空間之開拓以及國際性表演藝術活動之推廣、臺中歌劇院、水湳經貿園區、草悟道藝術園道等等的建設，串連臺中市具吸引力及競爭力的遊憩據點，型塑多亮點的城市觀光意象，透過魅力行銷，打造獨具特色與創造力的觀光休閒城，行銷國際，達到觀光客倍增之目標。針對臺中市特色推動美食觀光產業發展，結合創作料理、珍珠奶茶、夜市小吃、地方特色美食等整體擴大行銷，有效推廣多元體驗之深度觀光。其中，為因應縣市合併，市政白皮書更依據各區域量身打造各種都市行銷的主要發展策略，結合后里爵士樂器產業，擴大辦理爵士音樂節，並促進薩克斯風產業發展，強化地方特色音樂工藝文化產業。推動中部觀光產業策略聯盟，促進海峽兩岸觀光交流發展，配合中部國際機場之國際航線開發，進行國際觀光休閒旅遊行程之行銷宣傳，提供國際旅客多樣化的選擇，為臺中市之觀光旅遊帶來新的契機。

故本方案希望大臺中透過特有的音樂工藝、傳統手工藝及美食文化產業做為城市形象、吸引力行銷的產品，除了建立起大臺中的正面形象，更希望結合中彰投區域多元環境、空間、文化資源，積蓄高度兼具有人文創新氛圍的活動，一方面推廣公眾對中部本土音樂美食的認識，另一方面提昇區域國際性軟體的競爭力，型塑臺中市特有的文創品牌，推展臺中市的觀光。

一、活動背景

節慶活動提供群眾獨特的文化或休閒體驗，往往是當地引以為傲的民俗活動、在地風土與美食風味，也是旅遊的賣點，與當地的繁榮發展息息相關。節慶活動不外乎宗教或民俗喜慶祭典、重要人物或事件之紀念日、周年慶、傳統藝文表演、特產之收成或展出等。吸引群眾的節慶活動除了營造歡樂氣氛，提供休閒娛樂之服務外，並能讓群眾藉由親身體驗而認同該活動所蘊藏之文化意涵。

目前中部區域的相關音樂文化工藝節慶活動包括了，臺中爵士音樂節、后里的臺中樂器節、彰化國際傳統戲曲節及日月潭的花火節，但彼此舉辦的時程安排錯開，無法讓對流行或民俗音樂有興趣的國內外遊客能在一個假期內同時參與，因此本方案希望藉節慶活動的方式，以「中臺灣音樂美食文化節」作為事件經濟之主題，為大臺中國際行銷、意象建構城市品牌創造，吸引民眾、外來者前往觀光、消費、投資行為，進而帶動地方發展。主要構想是將原本各項活動擴大，並經由時間及空間進行串聯，整體規劃為地方文化音樂祭，創造一個屬於地方民俗的相關音樂盛會，並搭配中部地區的地方美食，讓來參與的遊客不但能夠欣賞到音樂文化，更能品嘗到地方特色美食、中部的夜市文化以及欣賞到地方特色工藝，加強對大臺中以至於中臺灣的印象行銷。

「中臺灣音樂美食文化節」系列活動經由臺中市、彰化縣及南投縣各文化局聯合舉辦，結合產官學三方面資源進而發揮最大效益，以藝術文化節慶活動辦理創造共同回憶，透過不同型態、情緒、風格，呈現出音樂不同的樣貌；爵士音樂的多樣、年輕、熱情、活力；Saxophone、長笛、爵士鼓等樂器間不同聲響的共鳴；熱鬧的北管及優雅沈靜的南管呈現出細緻的傳統戲曲文化；又或搭配管絃樂團演奏氣勢磅礴的交響樂章，提供遊客不同的興趣選擇，再搭配舉辦深具在地精神的中部地區美食展，以動線及活動的串聯配合夜市文化的行銷，打造獨具特色與創造力的「大臺中音樂文化及觀光休閒城」。

二、活動規劃

在活動時程安排方面，「中臺灣音樂美食文化節」將選擇於六月至八月間舉辦，這是由於墾丁春吶音樂季舉辦於每年四月，貢寮海洋音樂祭於每年七月，而為搭配臺灣兩大音樂饗宴之進行，且六至八月為臺中購物節舉辦期間，並考量遊客及青年學子便於安排暑假假期以及戶外表演之氣候上因素；活動行程將安排進行四週，每週更換有不同的活動主題及安排動態活動。首週以圓滿劇場做為開幕地點，舉辦音樂相關藝文活動及展覽，並於現場提供中臺灣音樂美食文化節各項

資訊及諮詢服務；第二至四週分別以臺中爵士音樂、彰化傳統戲曲、日月潭花火節及后里樂器工藝展暨臺中國家劇院音樂饗宴為主軸，而在地美食與工藝文化嘉年華則搭配在此四週的活動之中。

「中臺灣音樂美食文化節」依活動性質規劃為五大主要場地，並於開幕後逐週依次做為活動主軸，其內容規劃如下：

(一)臺中爵士音樂週（戶外音樂活動演出）

由主辦單位邀請國內外的知名爵士音樂人或樂團進行演出，包括爵士鋼琴比賽、爵士新秀比賽等等；以爵士音樂為主題，透過大專院校及藝文社團，舉辦爵士樂創意海報設計比賽、爵士文化藝術市集等相關活動，創造音樂文化氛圍，讓爵士樂融入生活的步調與生活美學之中。

在爵士樂週，每天表演以不一樣的樂器作為主題，如鋼琴、鼓、薩克斯風、管樂器及弦樂器等。另外，除了在文化中心舉辦爵士音樂文化之展覽，將會設置四個舞台予現場活動，每個舞台除了週邊表演活動讓民眾能近距輕鬆離體驗不同之爵士音樂風情之外，並依其舞台性質配合規劃樂器體驗、異國美食以及藝術市集等分區：

1.市民廣場：設置為主要舞台，提供年度市民薩克斯風大合奏，保持金氏世界紀錄，並將其作為爵士音樂比賽場地，可於現場有獎徵答帶動氣氛，以爵士音樂為主題，經由匯集手工精巧、特色獨具的藝文創作者或工作室舉辦藝術市集，展現生活創意、品味與美學。

2.經國園道：設置兩個次要舞台，提供國內外的知名爵士音樂人或樂團進行演出，並舉辦美食市集及設置開放式吧臺，臺中知名飯店及多元化特色餐廳齊聚，提供各式道地異國風味美食及美酒，讓遊客能夠隨興且滿足聽覺及味覺的感受。

3.圓滿劇場：於現場播放經典爵士音樂及配合表演舞台劇，並設置露天爵士電影院，從視聽影像捕捉爵士音樂史上的傳奇人物、經典歌舞及音樂紀錄片之痕跡。

(二)彰化傳統戲曲週（民俗文化音樂嘉年華）

民俗文化音樂嘉年華活動，主要規劃為傳統戲曲，其舉辦場地每年更換，

可於彰化縣員林演藝廳或選擇合適之歷史悠久傳統文化場所及宮廟舉行，其活動規劃內容主要邀請來自臺灣各地的團體參加表演加上傳統戲曲，包括：南管整絃大會、北管大匯演、國外傳統音樂戲曲創新示範演出、南管新生代邀請、觀摩賽、戲曲象限創團、崑劇、南北管音樂戲曲出版品、南北管三部曲、藝師講古話戲曲、捏麵人、印加傳統音樂演出、國樂東西方曲風演奏等，對傳統戲曲的傳承有很大的幫助。除了邀請國內的南北管團隊一起參與演出之外，配合臺中區位的便利性，也希望邀請來自大陸的南管團隊和南美安地斯樂團來臺灣演出，進行兩岸和國際的文化交流。

(三) 日月潭花火節

第三週於日月潭架設之湖面舞台進行表演，期盼透過活動的舉辦，以傳承日月潭周邊特色文化，藉此讓日月潭觀光融入文化內涵，帶動周邊之商業強度。其主要活動包括：

1.部落音樂及舞蹈：每天邀請臺灣各族原住民進行表演，透過表演讓遊客更加了解各族間不同之文化特色，並邀請知名原住民歌手為活動代言及進行表演。

2.日月潭國際環湖馬拉松及自行車活動：規劃於周末舉辦，邀請國內外知名選手參加，提供眾馬拉松跑者競技機會；設計自行車活動路線，提供遊客騎乘自行車探訪日月潭周邊特色文化；另外，給予參賽選手旅遊及食宿優惠活動，增加選手參與之意願，並藉此提高相關產業之發展。

3.水舞秀及煙火表演：基於日月潭之特殊環境，請相關專業設計師配合原住民文化以設計主題光霧水舞秀，並搭配煙火施放作為表演之結束。

4.原住民特色美食：於湖面舞台周圍規劃區域，提供原住民特色美食之展示及銷售，諸如烤山豬肉、小米酒、炒山蘇、炒蝸牛等等，讓遊客能夠在周末的日月潭湖邊滿足其聽覺、視覺及味覺。

5.傳統手工藝展售：於日月潭周邊設置傳統竹器及原住民手工藝等之市集，讓遊客能體驗當地工藝文化的創作與收集當地特色紀念品。

(四)臺灣樂器展及國家劇院名家音樂饗宴

第四週以管弦等樂器演奏為主題，將原本於后里舉辦之臺中樂器展擴大

舉行，以后里馬場及臺中國家劇院為主要場館。在后里馬場的部分，將現場分為樂器展示區、樂器體驗區、樂器 DIY、樂器診所及樂器交流區。其中，樂器展示區分別開設為 Saxophone 館、長笛館、爵士鼓館及手風琴館。除了可以體驗各式樂器的樂聲，於樂器體驗區設置樂器舞台、愛樂秀場、樂器競技場、搖滾舞台、薩克斯風舞台、打擊館提供玩樂器或是欣賞樂器之美的空間。同時，邀請在地及臺灣各地之知名樂器師傅至現場與遊客互動，教授如何分辨樂器之美及自製簡易樂器，並舉辦藝術市集，進行相關的文化交流。而配合臺灣樂器大展，可舉辦相關演奏會，就管弦樂演奏的部分，可於臺中國家歌劇院舉辦，活動內容主要是邀請國內外知名的樂團進行演奏，並作為新秀及新創曲的初登板舞台，並事先由網路宣傳及主辦單位邀請而組成的專業評審團選出最後的優勝者。

(五)在地美食及工藝文化嘉年華

另外，在活動期間，搭配臺中美食在會展中心的舉辦，推出「在地美食及工藝文化嘉年華」，讓遊客在白天能夠品味地方美食及體驗地方傳統手工藝創作，夜晚則可以欣賞音樂文化。會展內容主要包括：1.綜合食品、養生食品、有機蔬果、素食文化及各式咖啡、茶、酒、飲料等。2.異國傳統美食、韓國美食、地方特色美食小吃、客家美食、原鄉料理等。3.地方美食及傳統手工藝伴手禮主題館。在會展現場以音樂營造會場氣氛，並提供中臺灣音樂美食文化節當週主軸表演項目及場地交通資訊。同時可配合在地文化而舉辦與工藝相關的藝文活動、以及體驗在地工藝產業活動。可展示中部區域極具特色之工藝產業並輔導在地知名工藝工作者、廠商，於活動場地配合展示銷售地方民俗工藝品，例如南投之玻璃工藝、竹藝及鹿港木雕、二水石雕等等雕刻類、塑藝類、編藝類、紙藝類、傢俱類、金屬類、縫織類、皮革類、圖繪類、綜合技藝類、童玩類及其他類十二大項中部地方工藝。讓遊客在欣賞音樂與品嘗美食的同時，亦可體驗地方民俗工藝之趣味，加強遊客對在地特色之印象，進而提高地方觀光產業發展。

資料來源：本研究自行繪製

圖 6-2-1　中臺灣音樂美食文化節主要場地規劃圖

在活動之交通運輸方面，配合場地的規劃，提供專車往返臺中會展中心、市民廣場、圓滿劇場、國家歌劇院以及后里、彰化、日月潭等表演場地，並串聯臺中各大夜市及景點之接駁，提昇遊客交通上之便利性，增加前往觀賞之意願。活動期間，在現場同時有銷售和展出民俗音樂公司的唱片、商品及傳統手工藝品，讓大臺中的觀光融入文化內涵，並帶動周邊的商業強度，促進相關文化產業發展，提昇臺中之國際形象。

三、方案特色

原本臺中爵士音樂節「純粹爵士 ．超級響亮」、后里的「臺中樂器節」、彰化「國際傳統戲曲節」及日月潭的花火節是以個別節慶活動的方式進行獨立舉辦，彼此舉辦時程規劃錯開，對於在地以外之民眾較難全程參與，因此本方案希望以「中臺灣音樂美食文化節」為主題，規劃一連串的音樂美食文化之旅，讓對流行及民俗音樂有興趣之遊客，特別是國外觀光客，能夠安排一個假期內進行參與活動。原有活動由於獨立舉辦，遊客行程規劃形成點對點之路徑，透過此方案將以臺中市做為對外行銷門戶，形成點對面之路徑，透過高鐵、航空站連結外地遊客，經由捷運、專車進行活動場地間接駁運輸，產生之觀光效益、及對地方產

業之影響更可藉由聯合舉辦而產生擴大效應，增加觀光客之參與意願。尤其，近來兩岸交流日益頻繁，開放陸客自由行政策落實，臺中市於區位上之優勢更可藉此推動中部觀光產業策略聯盟，促進海峽兩岸觀光交流發展，配合直航航線開發，進行臺中觀光休閒旅遊行程之行銷宣傳，也提供國際旅客多樣化的選擇，為臺中市之觀光旅遊帶來新的契機。

「中臺灣音樂美食文化節」之舉辦，以「Culture Lifestyles」與「Taiwan Excellence」為主題，主打貼近消費者生活型態及藝術文化的軟性訴求，藉以傳達透過音樂及飲食就能更加瞭解在地文化，創造多面向的優質生活，藉由整合行銷傳播工具，串連各活動及會展，以強化在地欣賞與學習的風氣。對地方而言，將可提昇民眾對於民俗音樂、樂器文化、美食特產及傳統手工藝保存價值的了解，提昇市民藝術欣賞能力及拓展文化視野，振興本市文化觀光休閒產業及都市行銷，帶動「大臺中音樂美食」的文化形象與情感連結，更能藉遊客參與意願之增加而加強中部地區相關產業的發展；對國際而言，串連臺中、彰化、南投具吸引力及競爭力的遊憩據點，型塑多亮點的城市觀光意象，透過魅力行銷，打造獨具特色與創造力的觀光文化城，促進國際文化交流，成功與國際音樂藝術文化接軌，行銷國際達到觀光客倍增之目標，將以往中臺灣在地的好音樂與美食，得藉此計畫做整體的統合行銷包裝，讓中彰投的音樂美食工藝強度得以集中，進而成為提昇國際競爭力與國際觀光旅遊城市之目標。

貳、媽祖遶境朝聖文化祭

一直以來，臺中市地區扮演著中臺灣地區觀光旅遊市場的中心樞紐。臺中市位於臺灣西半部的樞紐位置，四季氣候宜人，擁有豐富的地景地貌、多元融合的宗教文化與民族文化、世界美食匯集地、國際水準的慶典活動及豐沛的世界經濟活動等等，極具潛力打造獨具特色與創造力之觀光文化城，以吸引國內外遊客，促進地方文化觀光產業發展。

隨著全球化的現象已遍及全世界，城市之間的競爭越來越激烈，許多城市正不斷尋求發展方向以增加其在國際上影響力和競爭力，透過營造國際級魅力據點的方式，同時將臺中市的觀光資源整合，建立臺中市觀光資源階層體系。根據觀光拔尖領航行動方案中，推出「區域觀光旗艦計畫」，打造 5 大區域觀光特色，並推動「競爭型國際觀光魅力據點示範計畫」及「觀光景點無縫隙旅遊服務計畫」，針對臺中市特色推動文化產業發展，有效推廣多元體驗之深度觀光，使得

臺中之文化資源得以保存並發揚其最大效益。

故本方案更希望大臺中透過特有的自然景觀、歷史古蹟、特殊建築物、節慶活動、人文資源及當地爲旅遊者提供的友善環境，做為城市形象、吸引力行銷的產品，更希望中彰投區域可共同以一個區域生活圈為主之方式，一方面配合最具代表中部區域特色的宗教文化慶典結合觀光產業，發展中部城市觀光資源，另一方面提昇區域國際性軟體的競爭力，型塑大臺中市特有的文化慶典特色，推展臺中市的觀光，帶動周邊產業發展，並提昇國際形象。市政白皮書為因應縣市合併依據各區域量身打造各種都市行銷的主要發展策略，將香火鼎盛的大甲區打造成世界宗教文化城區；因此，本方案中將擴大舉辦媽祖文化民俗節慶活動，整合大臺中其他農曆三月媽祖繞境活動，將宗教禮俗文化活動推展至國際舞台，發揚大甲特有民俗文化。

一、活動背景

節慶活動提供群眾獨特的文化或休閒體驗，往往是當地引以傲的民俗活動，也是旅遊的賣點，與當地的繁榮發展息息相關。節慶活動不外乎宗教或民俗喜慶祭典、重要人物或事件的紀念日等，讓群眾藉由親身體驗而認同該活動所蘊藏的文化意涵。而媽祖為臺灣人最普遍信仰的神明之一，僅臺灣一地，就有媽祖廟 510 座。而且，媽祖雖傳自大陸，但在臺灣的信仰熱度已遠超過大陸。近年來透過大甲媽祖國際觀光文化節各項宗教文化活動的舉辦，大甲已成為全世界華人朝聖的目的地，以仿效雙十國慶僑胞回國慶祝的模式，吸引旅外有媽祖信仰之華人至臺中朝聖，再以分佈於全球的媽祖信仰者為節點，帶動其中部區域內之非媽祖信仰者也能來參與文化節活動，使整體效益發揮到最大。

臺灣的媽祖信仰中最具有特色的莫過於「遶境進香」。所謂「遶境」是指媽祖鑾轎巡視本地轄區，「進香」則是信徒迎請媽祖前往拜會外地廟宇。遶境進香隊伍來自社會各階層，大多為了還願祈福或消災解厄。本方案將結合中臺灣(大甲鎮瀾宮、雲林朝天宮以及彰化縣媽祖遶境祈福)最具特色的媽祖文化祭典，規劃媽祖祭典之行程以及活動內容，同時進行朝聖大道鄰近重要歷史文化資產維護與活化利用，以世界三大宗教慶典之一創造觀光遊憩附加價值。

二、活動規劃

本方案由臺中市政府進行推動，在媽祖遶境進香的基礎上，結合中臺灣最具

特色的媽祖文化祭典，經由與臺中大甲鎮瀾宮、彰化縣政府及雲林北港朝天宮的協力夥伴關係，在大臺中擴大舉辦大甲鎮瀾宮遶境活動為「臺灣媽祖遶境朝聖文化祭」。活動規劃為遶境進香、民俗藝文活動及自行車朝聖巡禮三個部分；時程安排方面，分為大甲鎮瀾宮起駕至北港朝天宮、大甲媽祖及北港媽祖於北港遶境進香、以及最後起駕回至大甲鎮瀾宮三個階段；慶典活動行程預計為十二天，遶境出發時間由各大宮廟間進行協調，以大甲鎮瀾宮為出發點，路線跨越臺中、彰化、雲林、嘉義四縣市，100多座宮廟，遶境距離逾300公里。

本方案活動規劃以「天天有展演，日日有活動；重現地方特色，發揚民俗文化；傳統化外更要藝術化；進香環保化；提昇國際化」為主要的目標。希望藉此將媽祖宗教信仰的意義，以文化形式代代傳承下去，並提昇做為臺中行銷國際之焦點活動。主要活動規劃分為三部分：

(一) 遶境進香

1.大甲鎮瀾宮起駕至北港朝天宮

遶境進香活動的序幕是從元宵節揭開，在農曆元月十五日元宵節晚上「擲筊」確定進香出發日期和時辰。過程中，以「祈安」、「上轎」、「起轎」、「駐駕」、「祈福」、「祝壽」、「回駕」、「安座」八大典禮程序舉行進香活動，透過與臺中大甲鎮瀾宮、彰化縣政府及雲林北港朝天宮協調遶境進行，並經由文化行銷、產業行銷及觀光行銷等面向的配合，規劃媽祖遶境朝聖大道，行經臺中市、彰化縣市、雲林縣及嘉義縣，駐駕於彰化市南瑤宮、西螺鎮福興宮、新港鄉奉天宮、北斗鎮奠安宮、彰化市天后宮、清水區朝天宮等宮廟，最後駐駕於北港鄉朝天宮，讓全程參與之信徒、遊客能夠體驗到個別地方不同的傳統特色風俗文化。

於大甲鎮瀾宮起駕時，主要表演活動為大甲地方歷史文化特徵之一，平時用於保衛地方，遶境、迎神用於陣頭、護轎的武藝文化。附近五十三庄的信徒大量湧來替媽祖恭賀聖誕，各庄頭武館出陣表演武術活動，藉此推廣大甲五十三庄「武術原鄉」之名，以維持傳統性、保存傳統武藝並透過媒體將其作國際化宣傳。而在朝聖大道經過之宮廟，可於遶境前可配合舉辦文藝活動，如布袋戲、媽祖廟寫生、攝影等以提昇地方民眾參與感。

2. 大甲媽祖及北港媽祖於北港聯合遶境進香

規劃大甲媽祖及北港媽祖於北港聯合遶境時，沿途進行兩大宮廟之特色民俗技藝表演。大甲媽祖遶境之最大特色為五十三庄武術表演活動，而北港媽祖遶境，最大的特色文化在於炸轎、藝閣、宋江陣。炸轎，即當遶境的媽祖神轎通過時，兩旁的商家信徒為求財運把鞭炮放在轎子底下點燃，與鹽水蜂炮、炸寒單爺齊名，全臺灣三個以鞭炮聞名的活動之一。加上在地文武陣頭，以及由當地學生裝扮，演出忠義傳奇故事角色，站立於亭臺樓閣的布景平台上進行表演之藝閣遊行，。除了民俗文化表演之外，主要舉辦由大甲媽祖及北港媽祖之聯合祈福儀式，以團結、傳承之氛圍祝禱媽祖壽辰、遶境順利及民眾之平安。

透過大甲及北港媽祖於北港聯合遶境進香，希望能帶動兩大宮廟信眾之支持，透過臺灣媽祖遶境朝聖文化祭的舉辦，冀望透過政府及宮廟間的協調及補助，以及國際媒體之文化宣傳，將這些逐漸沒落的地方傳統民俗技藝及文化加以傳承，將大甲媽祖及北港媽祖之地方特色文化同時展現在世人面前，並可以將這些文化活動更加精緻化，讓全世界都看見中部區域豐富的在地文化。

3. 自北港朝天宮起駕回至大甲鎮瀾宮

於遶境第八天自北港朝天宮回鑾，回駕前夕由鎮瀾宮董監事率所有信徒恭讀回駕祝文後，恭請天上聖母登轎回鎮瀾宮，祈求媽祖庇佑眾人平安踏上歸途。經過十二天遶境之後，當天上聖母回到大甲鎮瀾宮，登殿安座，董監事率眾人叩謝媽祖庇佑眾人已平安回到大甲，恭請媽祖永鎮在宮，降賜禎祥。

4. 各地方媽祖聯合遶境

配合媽祖由大甲鎮瀾宮遶境至北港朝天宮的進香朝聖活動，各地方媽祖可比照彰化每年十月份的媽祖遶境回鑾活動，進行地區性之遶境祈福，亦即將媽祖朝聖文化祭成為由路線擴展到面的區域宗教活動。

資料來源：本研究自行繪製

圖 6-2-2　媽祖遶境朝聖文化祭活動規劃圖

(二) 民俗藝文活動

除了遶境活動外，也同時配合文化中心及廟宇舉辦相關的宗教文化活動，以及相關藝文展，以提昇民眾遊客的參與度，同時也將媽祖文化深入校園學子的生活中，活動含括：

1.民俗活動：於媽祖遶境前舉辦駁杯競賽、燈謎活動、武術競賽、藝閣表演比賽等民俗活動，一方面帶動節慶氛圍，另一方面透過比賽傳承延續傳統民俗技藝及手工藝創作。

2.藝文比賽：媽祖文化攝影比賽、媽祖盃書法比賽、街舞大賽、彩繪造型比賽、彩妝美容比賽、寫生比賽、音樂比賽等，活動性質多元且涵蓋各年齡層。

3.文創設計評選：以媽祖文化為主題舉辦產品創意設計及精緻包裝競賽，將文化產業包裝化、產品化，增加宗教之文創產業行銷，為旅遊吸引物。

4.地方手工藝創意市集：手工藝貼近生活，更由於各地方廟宇之修建興建而更為精緻，尤其是臺中金屬工藝、彰化雕刻、南投竹器工藝與雲林交趾陶等等都有其在地文化歷史及特色，可透過媽祖地方遶境並聯合地方工藝市集之舉辦，讓信眾及遊客體驗地方手工藝並了解地方文化特色，加強遊客對在地特色之印象，進而提高地方觀光產業發展。

上述各項活動及比賽場地涵蓋各大媽祖廟宇，可至校園內廣為宣傳，並提供接駁專車前往，提高參與者的意願。另外，同時於臺中市舉辦國際宗教文化之研討會，藉由研討會之議題研討，探討宗教文化之深層面向，提昇臺中市宗教文化之廣度發展，並藉此以媽祖遶境文化加強臺中民俗文化基礎及增加國際觀光客旅遊之意願。

(三) 自行車朝聖巡禮及保護環境運動

在慶典前期，因應臺中縣市合併，與中部自行車產業結合，擴大臺灣媽祖遶境朝聖文化祭，舉辦自行車活動，以規劃環繞大臺中路線象徵突顯縣市合併，並可另外規劃媽祖中、彰、投、雲遶境路線予自行車活動參與者巡禮，一覽媽祖文化與觀光景點之美；搭配沿途路線經過之工藝、美食產業，提昇地方產業，帶動周邊的商業強度。

除了自行車健康生活運動之外，更可藉媽祖遶境以綠色朝聖為號召，舉辦淨灘、植樹、掃街及減廢回收等活動，提供相關環保器具，讓廣大信眾為濱海環境及環境保護盡份心力，並藉活動從小培養孩童正確之觀念。

在節慶活動的交通方面，提供免費專車往返轉運站、大甲鎮瀾宮及各地遶境宮廟，另外提供北港&新港文化遊、彰化遶境之旅等行程。在遶境同時於每一個駐蹕宮廟附近，安排精湛的文化藝術展演，並銷售和展出媽祖文化的相關商品及地方特產，包括木雕、手工藝、刺繡、服飾、糕餅等，融入藝術及文創設計元素，讓大臺中的觀光融入宗教文化內涵，逐年提昇遊客人數，並增加文創產業之就業機會，帶動周邊的商業強度。另外還可結合產學合作，在大專學院校的技術支援下，提供網路與手機即時查詢媽祖遶境進香的實況，透過衛星即時定位服務的機制，將影像提供給無法親臨慶典現場的民眾，以感受盛況。

三、方案特色

往年臺灣三月瘋媽祖，然各地方媽祖遶境文化皆有所差異，此為地方特色，本方案擬定盼將大甲鎮瀾宮、彰化縣、北港朝天宮之媽祖遶境作為串連，以聯合祈福儀式作為焦點，並讓遊客欣賞到各地方民俗技藝及特殊文化之演出。另外，規劃媽祖朝聖大道，以做為呈現國際宗教文化特色之一，進行沿途及鄰近重要歷史文化資產的維護與活化利用，在非媽祖遶境期間亦能吸引遊客，深入至地方了解到其文化特色及欣賞中部的觀光資源，以創造觀光遊憩與文化體驗的附加價值，藉以宗教文化及朝聖氛圍來建立臺中市國際宗教文化節慶特色，提昇市民對在地文化的信仰向心力及對傳統文化的了解，振興本市文化觀光產業及都市行銷，並且促進國際宗教文化交流，成功與國際接軌，集結華人媽祖信徒、宗教團體、本土的信眾共同共襄盛舉，透過活動成功將具有文化、教育意義的傳統宗教朝聖成果呈現在民眾眼前，讓民眾也能多了解，並凝聚市民參與感。

透過舉辦自行車遶境朝聖方式，提供民眾除了徒步進香之外其他選擇，不但可將精神傳承於大眾，更可便於遊客除了朝聖大道外，深入地方探訪當地文化；在結合網路即時資訊後，透過「臺灣媽祖遶境朝聖文化祭」，將宗教文化在校園扎根，將宗教精神寄於年輕活力的加入以及取得教師與學生的認同，讓傳統民俗文化的意義在校園生根。

許多陣頭及傳統藝術精神瀕臨消失，則透過臺灣媽祖遶境朝聖文化祭之舉辦，予以評估補助、輔導，使之再興起。當年隨媽祖鑾駕出巡用的托燈、彩牌、大旗、鼓架、鑼桿・・・等古文物，如權屬陣頭無力保存，可洽商陳列於文物館中，保留歷史宗教文化。再者，舉辦相關武術活動、藝閣表演比賽，提供兒童從小參加地方陣頭之機會，培養對鄉土的情感，同時藉此了解地方特有文化，促進鄉土教學，借助教育力量去維護、發揚民俗宗教文化，學童不但可以體驗「民俗體育」的力與美，培養堅忍耐苦的奮鬥精神，並有了更多休閒活動的方式。

型塑媽祖大道之可能性。於臺中建構一條文化、創意與產業結合之媽祖大道，讓臺中能將媽祖文化更深植地方，於自明性落實後其產業發展將能像外擴張蔓延，逐漸衍生為臺中以至於中臺灣名符其實之地方特色與國際文化都會城，不僅能提昇在地文化、產業發展、教育深根、文創行銷、觀光休閒等，也能確切的落實提昇大臺中國競爭力之願景。

參、臺灣國際工具機會展

臺灣產業結構近年來產生極大的變化，會議展覽產業因具有高附加價值、高成長潛力、高創新效益，以及就業機會大、產值大、產業關聯大的特色，在未來以服務業為導向的產業結構中，更將扮演帶動周邊旅遊觀光、交通運輸、飯店餐飲等相關產業發展的角色，因此發展會展產業長期來廣受政府與民間業者的重視。經濟部為配合產業發展趨勢，自 2005 年開始推動「會議展覽服務業發展計畫」。為整合經濟資源並加強推動會展產業，自 2009 年起以「臺灣會展躍升計畫」，以提昇臺灣會展產業國際競爭力與專業形象。透過系列宣傳活動，讓地方政府及民間團體瞭解會展對拓銷與周邊經濟效益的重要性，進一步整合中央與地方資源，並鼓勵民間團體爭取國際會議主辦權及提高投標成功率，以提昇臺灣專業會展產業的國際形象，打造臺灣成為亞洲會議展覽重鎮，開創整體經濟榮景。

臺中市扮演著中臺灣地區產業經濟市場的中心樞紐，擁有多元的文化元素和創意活力，充分展現出城市活力與創造力，為因應縣市合併，市政白皮書更依據各區域量身打造各種都市行銷的主要發展策略，開發水湳經貿園區，規劃興建中央生態公園、文化商業區、生態住宅區、創新研究園區、城市文化館園區（博物館、美術館、圖書館）、電影城、臺灣塔，將成為臺灣未來新地標，對於未來臺中走向國際化都市之願景，賦予極大的潛力。

臺中市近幾年來積極以「文化・經濟・國際城」為目標，建構「生態、生產、生活」三生永續發展之世界大都市，在軟、硬體方面加強重大旗艦計畫及產業建設，包括會展空間之開拓以及國際性產業活動之推廣、臺中歌劇院、水湳經貿園區、草悟道藝術園道等等的建設，目的為強化臺中市具吸引力及競爭力的產業及遊憩據點，型塑多亮點的城市觀光意象。本方案中將擴大辦理臺灣國際工具機會展，並促進相關產業發展。推動中部觀光產業策略聯盟，促進海峽兩岸產業交流發展，配合中部國際機場之國際航線開發，進行國際會議度假旅遊行程之行銷宣傳，提供國際旅客多樣化的選擇，為臺中市會展產業帶來新的契機。

一、地方產業及活動背景

臺灣工具機產業 2008 年總產值超過新臺幣 1,500 億元，是全球第五大生產國與第四大出口國，產業上中下游共有 1,400 多家廠商，近 9 成廠商都設址於臺灣中部四個縣市，工具機中心廠大都設廠於臺中市，協力體系則遍佈中部四縣

市，直接就業人口超過 6 萬人，每年產出近四萬臺數位控制（CNC）工具機供應全球客戶。

以臺中為核心的臺灣工具機產業聚落，放眼全球工具機產業，是最獨特、甚至唯一的產業聚落，擁有全球絕無僅有的供應鏈體系，以臺灣中部為中心呈放射狀的產業聚落。在這 50 公里直徑產業聚落中，所有工具機生產所需之精密零組件、配件皆可快速供給。產業供應鏈各個環節在地理位置上的緊密結合，大大提昇了臺灣工具機業在生產效能上的提昇。

此外，由於中國已成為全球最大的工具機消費國，在兩岸直航之後，產、銷之間的業務來往必將更加頻繁，機械產業將進入爆炸性成長。雖然臺中以及中部地區在工具機產業佔有如此重要的地位，但中部地區卻直到 2010 年才獲得舉辦國際工具機展的機會。

大型會展活動將為我相關產業加值，增強產業及城市行銷與國際的連動性。本方案中考量地方產業性質，因而籌辦臺灣國際工具機會展，除了希望能引進大筆訂單，更希望能帶動周邊效益。根據官方統計，透過舉辦會展而來臺參與之商務觀光客，一天平均花費要將近 2,000 美元。另外，一個展覽要「能靜能動」，以展覽活動結合研討會是常見方式，而本方案中由於臺中市為工具機產業聚集地，因此另將工具機會展結合廠房參觀，同時由於中臺灣觀光資源豐富，加強休閒產業及交通運輸便利性後，更可提昇買家參與會展意願。

二、活動規劃

本方案擬由臺中市政府與臺灣區工具機暨零組件公會共同舉辦「臺灣工具機國際展」，以「產業永續」的樸實、環保會展作為方案風格。透過政府的力量與產業界的通力合作，會展地點擬舉辦於臺中水湳經貿園區會展中心，提供相關業者交流及交易機會，同時也提高大臺中在國際上的能見度，吸引觀光客，創造周邊產業商機。

在舉辦時程方面，考量在日本國際工具機展結束後舉行，透過展覽凝聚的話題與能量，訴求臺灣工具機質優價廉的特色，促升潛在的轉單效應；因此，大臺中舉辦之「臺灣國際工具機會展」，擬於 10 至 11 月間於臺中水湳經貿園區舉行，舉辦兩天論壇及四天會展展期，以吸引買家及遊客參與，活絡地方觀光產業，同時也提昇大臺中的印象行銷。臺灣國際工具機會展除了開展日當天舉辦大型迎賓

晚會外，規劃主要安排為三大項目：

(一)工具機相關論壇及研討會

為了透過臺灣工具機國際會展之舉辦將臺灣工具機產業及大臺中形象推向國際舞台，首先將設立專責組織，有效整合相關產業企業、政府部門、媒體傳播等資源，縱向串聯產、官、學界；於會展前舉辦工具機相關論壇及研討會，以「產業發展」及「技術研發應用」作為議題主軸，邀請國內外知名廠商專家及學者與會，提高臺灣工具機產業於國際間地位，吸引更多專業買主參觀，促進國際企業的技術交流，提昇大臺中國際形象。

(二)水湳經貿園區會展

展場擬規劃八個專區，分別為：1.金屬切削工具機區，2.金屬成型工具機區，3.鈑材與雷射加工設備區，4.管材與線材加工設備區，5.焊接、震動研磨、表面處理設備區，6.零組件、配件、刀具、夾治具、工具、量具及軟體應用區，7.自動控制、流體傳動、工業機器人及周邊設備區，8.國際公協會及媒體區等八大分區。

根據以往案例、會展中心場地大小，在招商方面，期望邀集國內外逾 600 家廠商、3000 個攤位參展，展示各類加工中心機、刀具製具、工具機周邊零組件，希望吸引來自世界各地超過 40 個國家、數萬名國內外產業界買家前來。

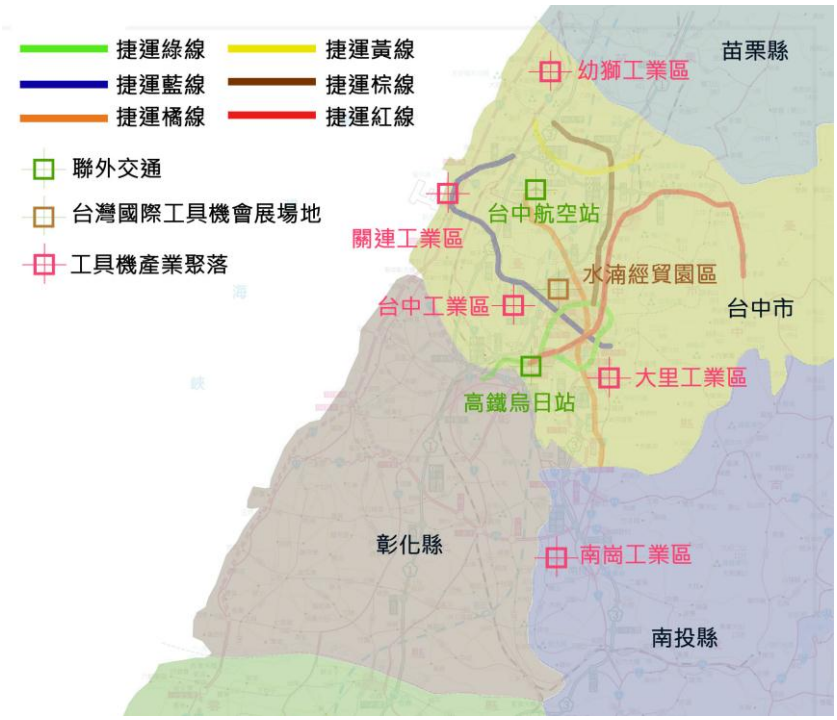
除了八個展覽專區之外，擬將逐年於會場開創「臺灣優良工具機企業評選」、「年度創新技術評選」等，進而提昇國內工具機產業環境及技術之進步；且由於兩岸之間交流合作機會日益增加，擬將於會場設置兩岸工具機產業交流專區，便於兩岸廠商直接進行合作，塑造臺中成為兩岸工具機產業交流中心，帶動相關產業發展。

(三)參觀工具機產業聚落

於會展期間，每天下午經由以定點定時之免費接駁巴士自工具機會展地點連接臺中、南崗、大甲幼獅、關連及大里等臨近工業區，規劃參觀工廠行程安排。一方面提供買家了解相關廠商產業現況，另一方面藉此提昇企業經營、廠房管理之素質。除此之外，並於行程中提供地方特色飲食餐點及在地文創伴手禮，如大甲奶油酥餅、臺中太陽餅等等，藉印象行銷提高買家再度來訪之意願，進而帶動臺中相關觀光及文創產業之發展。

臺灣國際工具機會展擬以「Taiwan Excellence」與「Pragmatic Exhibition」標誌互為搭配，主打臺灣工具機的精緻、創新、值得及會展務實之形象，藉以傳達臺灣產業創造呈現多面向的優質產品，藉由整合行銷傳播工具，串連市場通路業者及我國國際產業品牌業者，以強化我國產業及企業品牌傳播效果。

在會展前期，建置雲端會展服務資訊，透過科技化傳播，讓參加活動者可以透過手機或個人隨身行動秘書（PDA）即時取得包括活動、網路連線、展覽與所有相關旅宿、交通等資訊。透過網站，不只能先行了解會展的概況，如日期、地點、參加成員、活動內容等基本資料，隨著時間的演進，更可不斷從網站中獲得最新訊息，例如瀏覽虛擬展覽並獲取參觀會展的導覽指南，再加上促進交易服務（如線上報名或預約服務），以及會展周邊產業的資訊（如線上訂房、訂票服務等），方便蒞臨會展現場時，可以有效的安排參訪行程及管控時間。



資料來源：本研究自行繪製

圖 6-2-3　臺灣國際工具機會展主要場地規劃圖

在會展期間之交通運輸服務方面，以接駁專車連接臺中主要交通節點，如機場、高鐵站、捷運站等，提供便利的交通，希望讓買主能有更多時間留在國內消費及採購。另外，於週邊服務中以單一窗口針對不同階段提供會場產業所需的行政協助及觀光諮詢之服務，並針對商務人士規劃三種遊程，包括產業之旅、主題

之旅、都會之旅，以藉此行銷中部區域遊憩資源。另外，結合臺中地區之住宿業者建置臺中地區之住宿查詢平台，並且提供不同之觀光旅程配合專案，希望能夠吸引更多國際人士與會、參展及獎勵旅遊，增加大臺中週邊產業經濟效益。

中臺灣之工具機與零組件廠商之產業鏈相對於國際上，地理區位十分緊密，未來於臺中辦理工具機國際會展，有利於參訪廠商於會場上獲得有興趣之資訊後，可立即於當日前往工具機開發工廠，作實地的了解與決定，時間上之節約與效率上之提昇皆為中臺灣成為國際工具機大城重要的基礎。

三、方案特色

「臺灣國際工具機展」乃藉臺中在地且世界頂尖之工具機產業來提昇大臺中國際形象及能見度，帶動周邊產業的發展，建立大臺中市國際工具機產業聚落特色，促進國際產業文化交流，成功與國際相關產業接軌。經由每年固定舉辦，規模持續擴大，並朝不斷創新活動、提供更多元化的服務及提昇展覽會品質，期使本展成為全球工具機「精密技術」之展示櫥窗，同時也是國際買主掌握此產業最新潮流及採購的專業平台。另外，藉此也提昇臺中市文化觀光產業及都市行銷，集結優質工具機採購者共同共襄盛舉，讓民眾也能多了解在地產業文化發展，以凝聚市民參與感。

透過臺灣國際工具機會展之舉辦，提高工具機產業銷售之洽談成功機會，且由於商務遊客的消費能力比一般遊客較高，促使周邊產業發展，如會議中心、交通運輸業、旅行業、餐飲業、旅館業、禮品業及會展裝潢業等，提高經濟效益。同時，搭配辦理臺灣伴手禮及文創活動，結合地方觀光產業發展各地區旅遊伴手產品，建立多元化的產品通路，進而帶動在地產業經濟效益。

大臺中可以落實的工具機一日採購行程計畫，對於時間就是金錢的現代社會，的確節省了相當多的時間成本，也為「臺灣國際工具機會展」最具特色與吸引力的一環，同時可於會展中藉由「年度創新技術評選」專區，提供世界相關業者與潛力新秀、學生一個競爭與表現的機會，皆能引領話題、刺激產業發展，對於未來吸引國際人才與學子來臺中之意願也能有其誘因，未提昇大臺中國際競爭力與國際城之塑造皆有實質的幫助。

肆、臺灣國際自行車會展

隨著全球化的現象已遍及全世界，城市之間的競爭越來越激烈，許多城市正不斷尋求發展方向以增加其在國際上影響力和競爭力。故本方案希望透過大臺中頂尖自行車產業聚落及自行車休閒活動做為城市形象、吸引力行銷的產品，除了建立起大臺中的正面形象，更希望，結合中彰投區域多元環境、空間、文化資源，積蓄高度兼具有人文創新氛圍的活動，以一個區域生活圈為主之方式，進而帶動區域發展造就區域優勢。

臺中市位於臺灣西半部的樞紐位置，四季氣候宜人，擁有豐富的地景地貌、多元融合的產業文化與民族文化、世界美食匯集地、國際水準的慶典活動及豐沛的世界經濟活動等等，這都成為吸引國際觀光客目光與興趣的特色。根據行政院經建會「國土空間發展策略規劃」，中部區域未來應強化與生活休閒有關的創新產業發展。一直以來，臺中市地區扮演著中臺灣地區觀光旅遊市場的中心樞紐，擁有多元的文化元素和創意活力，充分展現出城市活力與創造力，近幾年來積極以「文化・經濟・國際城」為目標，主要發展主軸為建構「生態、生產、生活」三生永續發展之世界大都市，在軟、硬體方面加強重大旗艦計畫及產業建設，包括開拓會展空間、推廣國際性休閒產業活動、以及臺中歌劇院、水湳經貿園區、草悟道藝術園道、休閒自行車道等等的建設，目的為串連臺中市具吸引力及競爭力的產業及遊憩據點，型塑多亮點的城市觀光意象，透過魅力行銷，打造獨具特色與創造力的產業休閒城，進而行銷國際，達到觀光客倍增之目標。

為因應縣市合併，市政白皮書更依據各區域量身打造各種都市行銷的主要發展策略，開發水湳經貿園區，規劃興建中央生態公園、文化商業區、生態住宅區、創新研究園區、城市文化館園區（博物館、美術館、圖書館）、電影城、臺灣塔，將成為臺灣未來新地標。本方案結合中臺灣自行車產業，擴大辦理臺灣國際自行車會展及自由車競技，並促進相關產業發展。推動中部觀光產業策略聯盟，促進海峽兩岸產業交流發展，配合中部國際機場之國際航線開發，進行國際會議度假旅遊行程之行銷宣傳，提供國際旅客多樣化的選擇，為臺中市之產業觀光休閒旅遊帶來新的契機。

一、地方產業及活動背景

臺灣自行車產業發展迄今 50 多年，擁有完善的上、中、下游供應體系，透

過不斷地開發創新車款以及建立品牌，擁有「自行車王國」美譽，並以優良的產品品質，受到全球市場矚目。自行車的產業特色是屬於裝配型產業，主要是以成車廠作為生產網路的核心廠商，零組件廠則是配合成車廠形成協力生產網路。

臺灣自行車產業前三大分別為巨大(臺中市)、美利達(彰化縣)、愛地雅(臺中市)，因此在臺中、彰化地區就已形成整車廠與零組件廠商間綿密的產業網路。中部地區因為早期日本人以中部為發展糖業、鐵路及伐木為主，再加上中部優良的生產環境，因此成為精密工具機業聚集的地區，且由於自行車零組件的製造過程中需要各種機械加工技術，因此中部具有地理的鄰近性也促進了廠商與客戶之間更及時的互動。

臺灣自行車在全球有將近 3 成的市佔率，而中臺灣是自行車業重鎮，從苑裡、大甲、沙鹿、太平、大里到彰化，業者估計包括零件、組裝、加工、烤漆等相關行業共有上萬家廠商。但每年的自行車展都在臺北舉行，直到 2007 年，由自行車業界集合起來自行舉辦展覽，臺中終於有自己的自行車展。

本方案考量在地產業特性，規劃會展空間性質及使用率，因而籌辦臺灣自行車產業之國際會展。除了希望能引進大筆訂單、提高產業經濟效益外，更希望能藉此會展活動帶動臺中周邊產業發展。根據官方統計，經由舉辦會展而來臺參與之商務觀光客比一般觀光客的消費力高出二到三倍，一天平均花費將近 2,000 美元。另外，一個展覽要「能靜能動」，本方案中將以自行車會展結合自由車競技及休閒活動作為規劃。大型會展活動將為我相關產業加值，增強產業及城市行銷與國際的連動性。

二、活動規劃

本方案擬由臺中市政府與臺灣區自行車輸出業同業公會共同舉辦「臺灣國際自行車會展」，以「產業永續&健康生活」的樸實、環保會展作為會展風格。透過政府的力量與自行車產業界的通力合作，會展地點擬舉辦於臺中水湳經貿園區會展中心，提供相關業者交流及自行車愛好者競技之機會，同時也提高大臺中在國際上的能見度，吸引觀光客，創造周邊產業商機。

會展活動時程方面，考量與臺北自行車國際展作區別，與國際自由車競技賽時間點錯開，及氣候因素考量；因此，「臺灣國際自行車展」之舉辦，擬於 9 至 11 月在臺中水湳經貿園區舉行，擬計三天展期搭配兩週之自行車活動及競技，

並於周末舉辦主題活動，以吸引買家及遊客參與，活絡地方觀光產業，同時也提昇大臺中的印象行銷。活動主要規劃為三大項目：

(一)水湳經貿園區會展

展場規劃五個主要專區，分別為:「概念車區」、「自行車週邊零組件」、「自行車相關配件產品」、「電動自行車區」及「自行車試騎區」，另外由於臺灣自行車相關零組件品質精密及研發技術創新，故增設兩岸自行車相關產業交流專區，讓相關的廠商、買家能夠在會展上交流，塑造臺中成為兩岸自行車產業交流中心，帶動相關產業發展。在招商方面，期望邀集國內外逾 900 家廠商、3000 個攤位參展，希望吸引世界各地自行車研發廠商、國內外自行車愛好者及自行車競技團隊前來參與。另外，擬舉辦多項活動，包括：

1.開幕酒會：於開幕日晚上舉辦，邀請參展自行車廠商、自由車競技團體與自行車愛好者參與，創造會展氛圍並提供現場交流機會。

2.自行車試乘：於展場規劃自行車試騎區，提供民眾當年新推出之整車產品，邀請參觀之民眾，進行自行車試騎乘。另外，於現場提供廠商及愛好者舉辦自由車特技表演賽等以吸引遊客觀賞。

3.優良創新自行車及零配件產品評選：邀請國內外自行車整車與零件製造廠商專業人士進行評選，最後獲獎之作品可在特別設立的專區進行展出。

4.最受歡迎及最佳設計之自行車票選：參賽作品由廠商或個人透過網路自行報名，經由自行車愛好者進行網路票選，前三名者可至專區進行展出並受媒體專訪。

5.現場抽獎及有獎徵答：增加民眾參與之意願，並提高會展氛圍，為接續舉行之自由車競技活動暖身。

(二)舉辦自行車相關論壇及參觀產業聚落

除了一般會展之外，邀請相關產、官、學之國內外廠商及專家學者，同時舉辦自行車休閒產業發展、電動自行車技術研發等相關之論壇及研討會，進而提昇國內相關產業環境及技術之進步，並促進國際間企業之技術交流。

另外，規劃行程提供與會者可至知名自行車大廠進行參訪，如臺中大甲區捷安特、彰化大村鄉美利達、臺中梧棲區愛地雅等，增進國內外民眾對自行車

產業之了解，藉此提昇企業經營、廠房管理之素質，並帶動當地觀光產業發展，藉印象行銷提高臺中於自行車產業之地位。

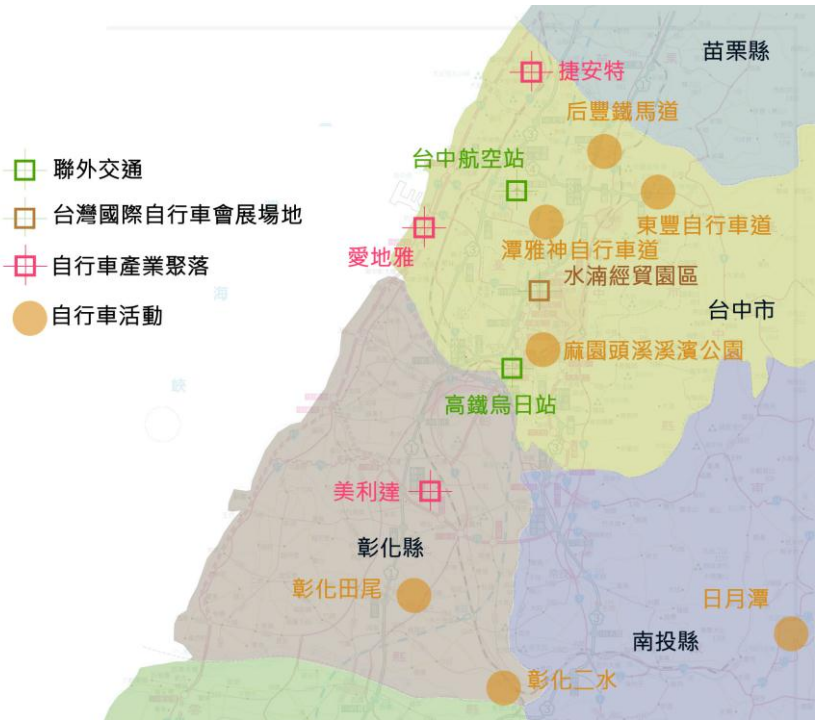
(三)舉辦自行車競技與休閒活動

中臺灣休閒活動產業發達，且觀光資源豐富。因此，本方案中擬聯合彰化、南投等縣市配合「臺灣國際自行車會展」舉辦中臺灣自由車競技及自行車休閒活動。未來也可利用規劃中的員林自行車運動園區舉辦專業場地競技活動。

1. 中臺灣自由車競技賽：規劃臺中水湳經貿園區站、日月潭公路、彰化八卦山公路花園等單站賽，舉辦公路賽或業餘繞圈賽，讓自由車愛好運動者享受國際賽之氛圍，同時吸引遊客前往，帶動地方產業發展。

2. 自行車休閒活動週：舉辦中臺灣自行車活動週，規劃於東豐自行車綠廊、潭雅神綠園道、后豐鐵馬道、麻園頭溪溪濱公園自行車道、彰化二水、彰化田尾、南投日月潭等，以現有規劃的自行車道進行活動，設置觀光景點為中繼站，並同時舉辦沿途攝影或於活動後進行投稿徵選等。

在交通運輸服務方面，以接駁專車連接臺中主要交通節點及各項活動場地，如機場、高鐵站、捷運站、自行車競技地點等，提供便利的交通，希望讓遊客能有更多時間於在地消費及採購。在會展前期，建置雲端資料庫提供會展服務資訊，透過科技化傳播，讓參加活動者可以透過手機或個人隨身行動秘書（PDA）即時取得包括活動、網路連線、展覽與所有相關旅宿、交通等資訊，方便蒞臨會展現場時，可以有效的安排參訪行程及管控時間。另外，於週邊服務中以單一窗口針對不同階段提供會場產業所需的行政協助及觀光諮詢之服務，結合臺中地區之住宿業者建置臺中地區之住宿查詢平台，並依照國際風潮背包客之需求研擬服務方案，並提供不同之觀光旅程配合專案，希望能夠促使參展遊客延長於臺中觀光之時程，增加大臺中週邊產業之經濟效益。



資料來源：本研究自行繪製

圖 6-2-4　臺灣國際自行車會展主要場地規劃圖

臺灣在國際形象上的優勢是有很強的製造業以及優質的觀光休閒文化，藉由舉辦臺灣國際自行車會展，進一步加入臺中地方特色，透過會展服務、相關活動的形象吸引買家及遊客，更可帶動臺中相關經濟蓬勃發展；以「Taiwan Excellence」與「Excellent Lifestyles」做為主軸，主打臺灣自行車產業的精緻、創新、值得的形象，自行車精品貼近消費者生活型態的軟性訴求，藉以傳達臺灣產業創造呈現多面向的優質產品，串連市場通路業者及我國國際產業品牌業者，以強化我國產業及企業品牌傳播效果。

三、方案特色

臺中市於舉辦國際自行車會展具有完整產業基礎、觀光休閒資源及兩岸之間區位上的優勢，且臺灣自行車之品牌於國際上富名已久，更可藉此提昇臺中之國際形象及能見度，帶動周邊產業的發展，建立臺中市國際知名自行車產業聚落特色，促進國際產業文化交流。另外，並提昇本市文化觀光休閒產業及都市行銷，讓民眾也能多了解在地產業文化及促進休閒觀光發展，以凝聚市民參與感。

經由每年固定舉辦，規模持續擴大，並朝不斷創新活動、提供更多元化的服務及提昇展覽會品質，期使本展成為自行車產品「創新價值、領導流行」的展示

櫥窗，成為國際間掌握自行車產業最新技術及採購之專業平台。藉由臺灣國際自行車會展之舉辦，除了活絡經濟外，也希望透過自行車競技的舉辦，推廣全民運動，藉由此新生活運動來提昇全體生活品質，帶動一股新的休閒文化，促進人文社會發展。

強化點、線、面的結合，過往的自行車活動皆為單一主題性之計畫，未來強調會展、競技競賽場的點位空間規劃，自行車道對於專業級比賽的賽道、休閒級的中臺灣自行車道之線狀規劃與串接，最終以整體面的構承為主軸進行自行車國際城為發展目標，強調並提供自行車由文化的發源、技術的演進、活動與空間的規劃、相關議題與實品的研討與展示、國際經驗互動的場合，讓中臺灣的自行車國際會展不僅只為單項的活動構思，更可結合運動器材展，讓本會展能朝向更為多元的發展與健康樂活環境的營造，以確實達到提昇大臺中國際競爭力之潛力範疇為原則。

伍、小結

歸結以上四個可能方案的分析，臺中市無論選擇哪一項方案，都必須先成立統籌推動的平台，做為協調整合的機制，也做為統一指揮調度的核心。此一平台應由產、官、學界共同組成，須能涵蓋市府的相關部門，且有足夠的決策位階，並在其中組建專業專責的核心團隊，負責整合各界的意見以及跨領域的資源，建立公私部門之間的夥伴合作關係，進行事件經濟的總體規劃與推動，包括：空間、財務、人力的建置或配置，事件活動內容與包裝行銷策略的研擬與執行，以及在推動過程中不斷進行監測、回饋與修正。

其次，事件經濟的重點在於追求事件本身以外的衍生效益，市政建設應以事件經濟的方案做為軸心，兼顧國內外人士的不同需求，由市府各部門結合民間資源，共同合作推動各項配套機制，包括：基礎建設、交通、食宿、旅遊、購物、文化體驗、市容整頓、安全救護、資通訊網路、多語標示、宣傳與導覽等等軟硬體設施，以及多元化的服務，進而達到城市再造的整體效益。本研究將依循這些原則與方向，後續進行個別事件經濟方案的具體規劃。

第三節 臺中市事件經濟方案之可行性評估

為了提昇臺中國際競爭力，本計畫研擬中臺灣音樂美食文化節、媽祖遶境朝聖文化祭、臺灣國際工具機會展、自行車國際會展四個方案，本節則依據此四方案進行可行性評估。

壹、中臺灣音樂美食文化節

音樂美食可說是國際共通的愛好，也是展現各地風土民情的最佳寫照，特別在中彰投地區，不論是臺中爵士樂、南投原住民文化音樂、彰化南管戲曲以及糕餅業、小吃類、茶類等皆有中臺灣之代表性地位，以下則針對其國際面、政策面、經濟面、文化面與管理面來進行可行性評估。

一、國際面

國際上音樂與美食總是受到國際旅客與都市軟實力呈現的最佳模式，例如中國青島的啤酒節，約在每年的八月舉辦，總能吸引兩、三百萬人來共襄盛舉，並打響了青島啤酒在國際上之名聲。而新加坡美食節，旨在發揚其華人美食特色，透過公私部門的合作與旅遊局的宣傳，也能在兩周的時間內吸引三十萬名的旅客來參加，打響了新加坡國際美食的聲望。韓國文化節，更是由政府部門統籌舉辦的文化藝術與音樂舞蹈重要節日，於 2010 年 10 月份舉辦，在一周內吸引上千萬人來參與，在促進本土音樂藝術方面的成長外，也讓各國看到韓國對於音樂藝術的關懷與用心。

由國際的案例上，我們皆可以看出不論是美食或是文化藝術相關的議題，皆能突顯各國於國際競爭力上的針對性與發展模式，通常皆由公私部門的結合，逐步組織成型並逐年增大其規模，由地方性活動儼然成形為國家觀光與相關產業的朝聖據點與時程，也因此，中臺灣未來若能將其資源予以整合，皆能建構出屬於中臺灣的音樂美食文化節，同時讓臺灣各地甚至是國際上，皆能了解到中臺灣的音樂、美食及工藝特色與其旅遊上的重要性。目前，中彰投不論是在音樂、美食與工藝上，皆有其特色與可發展的潛力存在，唯獨流於傳統產業規模發展受限，或是彼此的溝通聯繫過於薄弱，無法組織成一整體性的單元以致於能透過行銷來宣傳，也因此，未來之音樂美食等相關活動，皆應涵納觀光旅遊局的參與，並透過數位休閒的 E 化宣傳，讓中臺灣的音樂美食工藝可迅速廣傳於國際媒體平台。

二、政策面

中臺灣的音樂美食文化，目前皆有周期性的活動舉辦，並由文化局、文建會等進行公私部門的合作，也因此在立基點上，皆都有其經驗與資源開發上的優勢，但若要提昇至國際位階上，則必須藉由公部門的整合與相關部門支援與支持，才能將中臺灣音樂美食文化節的構想加以落實，需要強化的項目包含:

(一)政策的推動

由中彰投各地方政府協調建立其權責統籌小組,負責蒐集中臺灣音樂美食文化的資源、地點、發展過程與模式、特色區隔性、參與人口與範圍等，同時具有會請相關部門之權利，了解其軟硬體上的需求與確實提供資源的能力，以通順的建立溝通聯結與活動串接的可能性,再由觀光旅遊局與文化局等相關部門進行宣傳策略的研擬，以符合中臺灣國際競爭力提昇的可能性。

(二)基礎設施的建構

當前的音樂美食皆處於點的發展與突破，若在中臺灣想予以串連則必須倚賴動線的規劃與大眾運輸工具的配合，而基礎設施除了縣市交通動線的串聯緊密性與紓解的快速性外，音樂學習與產業發展的基礎設施，例如:專業知能與技能生產中心設立，音樂美食文化相關學習參與空間的配置等。

(三)安全督導的策略

音樂美食都是讓人可以迅速融入當地文化環境氛圍的因子，但若要永續經營並獲取正面的回應，政策上的引導與監測就十分重要，譬如墾丁的春天吶喊，就發生了嗑藥風波，讓完美的音樂饗宴蒙上了不妥的想像；而美食文化的塑立，更是再完善的食品安全與衛生環境管制之下孕育而生，也因此在營造音樂美食文化節前，相關的政策必須考量到永續經營下需要面對的問題與品質的維護，對應的政策與策略皆須在開辦前先讓產官學者專家共同參與，建立完善的規則讓參與者得以依循，讓音樂美食文化節得以確切的落實。

三、經濟面

音樂美食文化節所帶動的經濟層面效益，可擴及中彰投在地音樂的創作人口、音樂器材設備的製造業與銷售業之蓬勃，以及教與學的互動式經濟效益，加上定期舉辦的音樂美食文化節，所帶來的觀光旅遊人潮之一般消費、住宿、餐飲、

交通與周邊效益，都是十分可觀的經濟效益提昇。美食文化則更是易於提昇經濟層面的主軸，除了在地消費外，伴手禮與體驗式的消費型態也將能讓中臺灣的經濟體受到整體環境的提昇作用。

為有效提昇大臺中競爭力，促進整體經濟強化需加強的項目包含：(1) 夜市及攤販輔導與管理、(2) 便捷舒適的交通系統、高鐵接駁系統、(3) 餐飲業的輔導、(4) 廁所衛生、環境清潔、(5) 觀光景點的維護、(6) 旅館、商家的管理、(7) 城市的規劃與設計：城市的設計、(8) 綜合現代建築與傳統街屋聚落、(9) 舒適的購物環境、(10) 舒適安全的人行步道、(11) 美食小吃、夜市文化、等等…。

四、文化面

將既有的音樂、美食與工藝文化保存並發揚至國際舞台上，為最大的期許與效益，但要將其能量提昇到永續的中臺灣風情與文化，甚至是國際印象，則須靠教育體系的機制建立才得以獲得永續的文化環境，而文化教育層面，則必須靠在地的學校單位、文化協進單位以及地方政府單位的支持才有機會長久經營下去。

在地音樂、美食與工藝專家的人才保留，則就是一大重點，如何讓中臺灣既有的資源，能深根地方，耕耘地方，舞台才是重點，有沒有空間讓這些音樂與美食專家有揮灑的空間或工作的機會，有沒有足夠的人力來支持或是學習這些寶貴的技能，甚至是有沒有開創新面向能力的輔導機制，都是文化面的重點項目，而只要讓中臺灣的音樂美食文化節能以專案方式定位為每年的重點發展目標，文化面的保護與發展將也得以解決。

五、管理面

管理層面除了上述提到的種種外，有必須包含在地指揮中心、包裝行銷創意部門、公共關係部門、音樂美食文化推廣部門、安全衛生監測部門、交通物流支援部門等，以確實組織來完善音樂美食文化節的整體架構，讓其營運與周邊效益能發揮至極致，如此才能讓音樂、美食與工藝激發出倍數的效果，同時讓國際的觀光旅者來臺灣有其目標性與期待感，進而提昇大臺中的國際競爭力。

以下則針「對中臺灣音樂美食文化節」提出 SWOT 分析，以論述方案之可行性:

(一) 優勢(Strength)

1. 中臺灣已有臺中爵士樂與薩克斯風、彰化南管戲曲、南投原住民文化音樂等基本條件，有結合發展之基礎。

2. 中臺灣有著名的臺中糕餅業、彰化肉圓、南投的筍子與茶葉，皆為臺灣長久以來的地方美食。

3. 臺中之夜市文化，如:逢甲夜市、一中街、東海國際街等，皆有觀光人潮帶動的潛能，有利於與音樂美食結合。

4. 中臺灣氣候條件佳，活動舉辦的績效與品質將有更好的效果。

5. 中臺灣之中彰投，三地緊鄰在音樂美食上卻又各具風格，能將音樂美食之發展成效上增添多樣性與搭配性。

6. 中臺灣文創產業發達，在地專業人才多。

7. 臺中縣市合併後，與周邊縣市整合效益更趨快速。

8. 臺中的園道、公園、廣場品質提昇，對於未來音樂美食的空間激發效益，將能產生點、線、面的整合串聯效應。

(二) 劣勢(Weakness)

1. 目前中彰投之美食音樂缺乏整合，無法產生更大的號召與力量。

2. 美食文化多元，但反而缺乏主題與主軸，印象上的積累與自明性的強化尚未產生。

3. 夜市環境欠佳，不易提昇國際形象。

4. 缺乏音樂美食工藝相關整合型遊程與大型活動規劃，吸引力不足。

5. 宣傳文宣常以旗幟道路化，對於中臺灣大眾甚至是臺灣、國際上，E 化不足較難產生共鳴。

6. 大眾運輸不夠建全，未來若提昇為國際化城市，國際旅客之較難以獨立行動。

7. 音樂、美食與工藝目前流於獨立之面向，不易統合。

8. 傳統音樂、美食及工藝欠缺包裝，逐漸沒落，技術傳承與創意行銷上將

產生弱化之趨勢。

9. 在地美食確常有惡性競爭現象，對於人文環境之形象不佳。

(三) 機會(Opportunity)

1. 中臺灣地理位置佳，未來與北、南進行區隔、連結或互動的主動性強，反應性快。

2. 機場、海港、國道與高鐵系統逐步到位，未來皆可提供最快速的輸出與輸入。

3. 中臺灣教育資源豐富，有機會為音樂與美食等文化教育發展，提供永續的發展茁壯潛力。

4. 中臺灣積極尋找發展定位，有助於活動推展與組織建構的向心力。

5. 未來若以音樂美食作為主題來提昇大臺中之國際競爭力，將由地方統籌規劃與策略擬定，對於整體發展、規模控制、資源分配與共享、軟硬體設施補強、議題發掘與問題解決、長期經營與人才培訓、傳統技藝保存與嶄新文創落實，皆能有較具體的作為。

6. 音樂、美食與工藝等題材，較易發展出與經濟效益相關的普及性產品，也最仍讓民眾感受到實質的效益。

(四) 威脅(Threat)

1. 墾丁春吶、臺北牛肉麵節，皆已打響名號，音樂美食之獨創性與未來性備受考驗。

2. 中臺灣以臺中為中心，中彰投為主體，未來與苗栗、雲林的關係是否產生排他性，其角色如何設定。

3. 北、南部的音樂美食資源與環境不亞於中臺灣，策略的規劃完善與否將影響最後執行上的確實性與效率性。

4. 未來中彰投的主要權責歸屬與利益平衡分配將影響連結成效。

5. 中臺灣因地理位置，易流於中繼站而非主要觀光旅遊目的地。

貳、媽祖遶境朝聖文化祭

媽祖為臺灣人最普遍信仰的神明之一，2009 年 10 月，媽祖入選聯合國教科文組織人類非物質文化遺產代表作名錄，更將臺灣的媽祖信仰推向更高峰。臺灣媽祖信仰最具特色的則為「遶境進香」。而近年來臺灣最盛大的媽祖遶境進香活動，莫過於臺中大甲鎮瀾宮所舉行的遶境進香，更被 Discovery 頻道列為與沙烏地阿拉伯麥加朝聖、印度恆河洗禮並稱的世界三大宗教慶典之一。

有鑑於此，型塑「媽祖遶境朝聖文化祭」，來提昇大臺中國際競爭力，將也是可行方案之一。以下則針對其國際面、政策面、經濟面、文化面與管理面來進行可行性評估。

一、國際面

「大甲媽祖國際觀光文化節」推動辦理迄今已近十年，整個節慶活動帶來的新聞性及來自各地踴躍的參訪民眾，使得此活動由一單純的地方性活動，變成全國性甚至名聲遠播海外，由一單純的宗教活動，演變為一嘉年華會式的綜合性活動，各種文化、藝術、娛樂、休閒，甚至國際交流均透過此一宗教活動得以彰顯。也因此，以國際層面上，「媽祖遶境朝聖文化祭」有其國際上宗教文化上的既有地位，且籌辦經驗也漸趨完善，若未來能透過適當的管道加以行銷，將中臺灣的宗教盛事推至國際，甚至是搭配觀光旅遊行程之安排，將能使其國際旅遊效益得以更加健全完整。

目前馬祖遶境約在三、四月籌辦，且時程大約九天左右，屬於傳統旅遊淡季，若能將「媽祖遶境朝聖文化祭」塑造為中部地方盛事，也能將此議題於國際層面上受到關注，塑造體驗觀光旅遊的效用。

二、政策面

媽祖為最重要的傳統宗教信仰之一，也因此於臺灣就有五百多座媽祖廟，也因此未來若籌辦「媽祖」，應與中央、地方協調，在有共識的狀況下再行企劃，以消彌不必要之誤解。同時藉由政策的擬定將其層級提昇至文創觀光、都市意象型塑的階段，藉由政策面蒂固其媽祖文化基礎與未來發展的可期待性。

區域資源整合上，也需要中彰投擬訂合作策略進行配合與協調，發揮資源最大化之效益，以政策落實媽祖文化的具體性，若確立其方案定位後，應設立媽祖

遶境朝聖文化祭專責單位並招集相關組織機構或學者共同討論其需求,擬訂規章與配套措施，如:道路使用、替代道路、安全管制、時間控管、流量控制等。

三、經濟面

媽祖遶境目前仍呈現傳統文化的傳承祭典儀式,尚未透過包裝與行銷達到經濟層面之考量，不僅喪失經濟提昇的可能性，也使得文化創意產業與媽祖遶境無法接軌，未來若能提供宗教與文創者溝通的橋梁，在不牴觸宗教上的傳統教義與正面思考的促進下，將媽祖文化藉由文創的表達方式，達到印象的烙印、產品的行銷與品牌的建立，對於大臺中以致於中彰投地區，皆會有經濟上的提昇。目前大甲媽祖國際文化節所舉辦的活動含括攝影比賽、媽祖盃全國書法比賽、Mazu〝舞〞保庇 街舞大賽、「創彩奇蹟」造型比賽、「響艷」彩妝美容、萬眾騎福 Bike 媽祖、大甲媽拉松等，都顯示出其活動類別的堆陳出新與經濟層面的效益逐步擴張的狀態。

智慧城市的建立，常會讓我們忽略傳統的領域，媽祖遶境朝聖文化祭也可以與智慧化來進行接觸與聯結，如此將能更迅速的將相關消息面傳達出去，也能讓媽祖成為國際舞台上智慧化的品牌，促進媽祖遶境朝聖文化祭能推向國際，體驗這傳統的遶境過程，並從中獲取在地的觀光旅遊能量。目前每年媽祖文化節的活動皆能帶動數十萬人次的參與，以及超過三十億以上的經濟效益，未來若能更妥適的處理，不僅能將活動推上國際舞台，也將能創造更大的經濟產能。

四、文化面

大甲媽祖國際文化節所舉辦的活動，活動性質多元且涵蓋各年齡層，也吸引上萬人參與，但真正與媽祖文化相關意涵的並不多見，媽祖信仰在先民渡海來臺開發過程中，始終是人心歸依，是不可或缺的精神寄託，成為臺中珍貴的文化資產，也因此，在推動媽祖遶境文化祭，所衍生出來的產品、活動，應藉由文化的了解與體會，再加以賦予各式的產品、食物、活動新生命。

既然推動提昇大臺中國際競爭力是以媽祖為主軸,則必須對於媽祖的文化教育加以落實，讓臺中以致於中彰投地區的民眾能更深的體會媽祖的點滴，如此才能形成在地化的一種感動。媽祖的文化記錄，如何運用現代化與智慧化的包裝方式與行銷手法，讓他更親易的可以與人群融合，成為真正生活的一部分，才是未來施行的重點，也曾有機會在向下扎根的教育上，有更活潑的詮釋方法，加深對

媽祖文化的印象，讓媽祖的傳統宗教信仰，轉化為可接觸、易了解、形象清新方便記憶的文化，這對於宗教國際化將能有轉化接軌的效果，將無形意念的文化，藉由教育、文創產生各種可能性之催化劑。

五、管理面

大甲媽祖文化節，從八十八年開辦至今也已過了十幾個年頭，但仍不斷發生搶轎，派系糾紛等層出不窮的爭端，導致一場宗教文化盛典總是無法順順利利的平順落幕，未來若要將大甲媽祖型塑為大臺中甚至是中部地區大型盛會，管理層面的協調能力將備受考驗，也是必須突破的一點，各地方與廟宇派系，皆必須在這管理協調中，獲得平衡發揮宗教文化上和平訴求之真諦，也曾能讓活動辦的更長遠，也才能將「媽祖遶境朝聖文化祭」真正的躍上國際殿堂，成為臺灣的驕傲，大臺中提昇國際競爭力的主軸。

以下則針「媽祖遶境朝聖文化祭」提出 SWOT 分析，以論述方案之可行:

(一) 優勢(Strength)

1. 既有大甲馬祖資源與形象明確，操作性強。
2. 媽祖觀光文化節已有十餘年之籌辦經驗，執行面較易發展。
3. 媽祖信徒眾多，造勢容易。
4. 媽祖遶境與進香之體驗、參與式的活動類型，對於推廣至國際上之自明性與經驗積累的過程提供更大的吸引力。
5. 中央、地方與民間直持度皆高，執行上的效率與便捷度將有最佳的效果。

(二) 劣勢(Weakness)

1. 目前籌辦的媽祖繞境活動，很多活動內容與媽祖文化相關性不足，整體文化力量無法有效提昇。
2. 缺乏教義文化的推廣，流於形式上的保存與參與。
3. 目前的媽祖遶境動線與計畫中之中臺灣涵蓋範圍有所出入，未來如何規劃動線，劃分為中臺灣之國際競爭力主題將有困難。
4. 歷史文化的教育傳承觀念欠缺，相關學校或單位針對性的發展與宣導也

較少。

5. 媽祖主題性強烈，周邊產業與可發酵議題較難衍生。

6. 目前以傳統文化的操作形式，缺乏現代元素與新能量的附加，對於新生代的吸引力較弱。

7. 臺中市中心對於遶境的感受度與參與度較弱，如何作為提昇國際競爭力的開端城市。

(三) 機會(Opportunity)

1. 國際三大宗教慶典之一，未來有助於形成推廣宣傳的立基點。

2. 中臺灣之地理位置優勢，有機會作為臺灣國際化連串北、南部的起始點。

3. 陸海空的交通可以最快速的模式將慶典之人潮、活動、物品等作輸入與輸出。

4. 未來由地方政府統籌主導，將能更有效率的將媽祖文化能量擴展至極致，宣揚至海外。

5. 三、四月為媽祖文化祭典的時間，為國內外傳統的旅遊淡季，對於觀光效益的提昇與題材的目光吸引皆有成效，並可帶動周邊經濟成長。

6. 可藉由動線的規劃，型塑街道周邊的商圈文化，促進舊市容的自主調整，建構媽祖大道的機會。

7. 可形塑遶境動線上的長期經濟效益改善計畫，文化都城街道計畫，媽祖文化城計畫等。

8. 可藉由文化創意的加持，讓媽祖的傳統面貌有現代化的形象，透過智慧化的處理，快速的讓國際了解、獲取訊息甚至是年輕一代的實質接受度。

9. 媽祖文化節，將可以與音樂、美食相融合，獲取最大的效益。

10. 可藉由動線規劃與周邊景點結合，創造觀光商機，也有機會從動線規劃中營造新的景點，創造話題。

11. 可與海外媽祖廟結合，營造出跨國際的議題操作。

12.透過 GIS 與 GPS 之 E 化運用，可即時將媽祖遶境活動過程分享於國際平台。

(四) 威脅(Threat)

1. 全國媽祖廟共有五百多間，範圍遍及全國，較難突顯為中臺灣特有的主題，進而發展為提昇國際競爭力之主軸。
2. 媽祖遶境為短期活動，未來周遭的商圈維持與參與的熱度維持上皆有其難度。
3. 媽祖遶境常有派系糾紛，易導致國際形象受損與宗教推廣的弱化。
4. 交通紓解的問題，易讓一般民眾對活動產生負面觀感。
5. 國際宗教祭典活動，多以國家為主體，若形塑為地方活動可能定位上會受到壓縮與其他縣市的議論。
6. 媽祖遶境文化逐年舉辦的條件下，若沒有文創團隊的輔助容易讓整個活動流於單調，對於一般民眾參與的持久性與熱情度受到威脅。

參、臺灣國際工具機會展

臺灣工具機產業是全球第四大出口國，產業共有 1,400 多家廠商且近 9 成廠商都位於臺灣中部四個縣市。以臺中為核心的工具機產業聚落，是全球工具機產業最獨特的，擁有全球最完善的供應鏈體系，在這 50 公里直徑產業聚落中，所有工具機生產所需之精密零組件、配件皆可快速供給。而中部地區在工具機產業地位如此重要，卻直到 2010 年臺中才獲得舉辦國際工具機展的機會，也顯見目前中部地區於工具機的地位是被低估且忽略的。也因此，推動「臺灣國際工具機會展」，來提昇大臺中國際競爭力，將也是可行方案之一。以下則針對其國際面、政策面、經濟面、文化面與管理面來進行可行性評估。

一、國際面

若由美洲週邊國家飛至亞洲地區，發現最有經濟效益的飛行方式就是要停一個中繼城市，以臺灣的地理位置條件，比對與其他亞洲城市交通運輸之優劣，最理想適合停留就是臺灣。專家指出，未來臺灣有可能取代香港成為轉運重點城市，這將可對臺灣的會展產業產生直接效益。

臺灣工業、經濟發展成熟，技術品質與服務要求較高，相對尊重智慧財產權，行政效率高；特別是臺灣工具機產業產值、出口已名列世界頂尖，受到國際肯定，除了產業在國際層面上的優勢，大臺中鄰近的觀光資源、臺灣人民的人文素養及中華文化價值，也可以對舉辦「臺灣國際工具機會展」有加分作用，提高國際買家參展的意願。

尤其，兩岸直航後，臺中市將成為距離大陸東南最近的城市，而臺中縣市的合併規劃，讓臺中同時具備陸、海、空交通的優勢，可望發展成為兩岸中成本最低、交通最便捷的會展城市。特別大臺中的住宿環境品質、多元豐富的觀光娛樂，加上深厚精密機械、相關工業的產業群聚基礎，更使大臺中具備舉辦國際會展的深厚潛力。

但就海外參展廠商的立場而言，政治條件問題、國際直飛航班少、來臺需申辦簽證等客觀條件限制則為臺灣主辦大型國際會展最大問題。另外，臺灣在獎勵旅遊相關的基礎建設上仍需加強，否則當各國遊客組成之旅遊團來臺時，包括大型巴士運輸量不足、大型會展（或餐飲）場地空間與品質不夠、如何流暢的疏散眾多輛巴士之出入、旅遊安全維護等問題，都應事先予以考量並提出具體可行支解決方案，而這些因素都將會影響國際人士前來參展與旅遊的意願，也同時考驗中臺灣是否有條件提昇其國際競爭力之體質與能力。

二、政策面

經濟部為配合 ECFA 簽署後，開放大陸地區法人、團體進入臺灣地區與臺灣地區法人、團體合辦專業展覽之相關事宜，則依據臺灣地區與大陸地區人民關係條例第三十五條第四項之規定，就其合辦專業展覽活動之資格條件等事項，擬具「大陸地區法人團體來臺與臺灣地區法人團體合辦專業展覽許可辦法」，共計十一條規章且已發布實施。也因此，未來臺灣將勢必面對中國大陸的競爭與挑戰，而這些政策帶來的將是我們不斷自我提昇之期許與不斷精進的考驗。

目前若臺中要承辦國際大型會展，則必須興建綜合性的會展空間，並建立國際會展會議的專責單位進行規劃、辦理、接洽、宣傳與培訓等。考量地方整體觀光環境品質的提昇、飲食的文化與衛生、社會的安全性與穩定感、交通的便捷性等，否則空有在地的基層基礎，確無相關的設施、配套與全民的共識，將無法支持國際性的舞台在大臺中地區長期舉行，此時政策面的輔助與導引則相對重要，也將影響國際競爭力提昇程度的程度。

三、經濟面

若以美國為案例，其每年航空客運量的 22.4%和飯店客人的 33.8%均來自國際會議旅遊，若未來大臺中提昇國際競爭力朝向以「臺灣國際工具機會展」為主軸，將可能帶來更長遠的商業經濟與利益提昇。按世界旅遊組織的計算，旅遊業的直接收益每增加 1 元，整個都會中的相關行業收益就能加增 4.3 元。若未來朝向以國際會展會議的方向來策劃，則對於整體周邊的經濟層面也會有對等的成長關係。

臺灣國際工具機會展，影響之經濟層面，包含遊客的運輸及相關展示品牌貨物的運輸，以及附屬設備與周邊商品的伴隨效益，而最直接的效益仍是在於中臺灣工具機國際的能見度得以提昇，新的技術與服務也能藉此達到展示目的，同時，中臺灣之工具機產業鏈集中，可以在國際會場提供最新的技術與產品之展示，若有進一步之疑問與意願，也能在當天立即進入廠區進行深入溝通與了解，對於印象的深刻性與級時的延伸與互動性皆為中臺灣之優勢與強項，也因此未來帶動中部產業之經濟成長與品牌塑立將更有長遠的可期性。

四、文化面

過往臺中以文化城自居，若能將發展已久漸趨成形茁壯的工具機產業讓中部地區與精密工業、創意工業畫上等號，對於大臺中的都市定位與國際形象樹立皆有正面的幫助。

若以「臺灣國際工具機會展」為大臺中未來發展類別，則必須在其人才、技術教育上開發更多的資源，並在中部地區校園中更加著重於相關產業的學系與課程並提供更多元產學合作計畫，同時在各工業區範圍內更應提供人才培訓與技術養成計畫，如此漸進式發展不僅將帶動中臺灣工具機產業國際形象的建立，也能吸引國際各地學子一同到中臺灣來學習、成長、交流與深根，在重新定位下的大臺中，開始著墨於文化面的改變與紀錄，對於中臺灣成為國際城將能有更大的優勢與立基點。

五、管理面

「臺灣國際工具機會展」的管理層面，首先將面對場地的管理，與相關食、衣、住、行、育、樂等之環境如何支援，以完善整個活動的運行與活動期程內附

加效益的品質與豐富度。同時，除了此會展議題外，也必須考量會展中心期於時間的使用管理與營運，以能讓空間場所保持最佳的營運績效與會場品管。

由統籌架構下，應建立專責單位負責進行溝通協調，如 CVB(Convention & Visitors Bureau)、PCO(Professional Conference Organizer)，以確立地方與私人產業的聯繫協調、相互支援並提供國際廠商的詢問、參與及任何疑問的溝通處理管道，甚至是各項物品通關、法令問題解決與相關遊程規劃建議等，以達到最完善的管理服務，創造最舒適、安全、便利、先進的會展形態。

未來也應考量國際上之相關技術人才或學生進駐中臺灣，也因此對於相關的配套措施與管理方式都應先行加以考量與提擬計畫，才能更快速的提昇大臺中之國際競爭力與國際城的願景。

以下則針「臺灣工具機國際會展」提出 SWOT 分析，以論述方案之可行性:

(一) 優勢(Strength)

1. 中臺灣有最完善的工具機產業供應鏈。
2. 地理位置對於物流處理十分便利。
3. 陸、海、空等運輸廊道建構完善，符合工具機國際會展之需求。
4. 中臺灣為自行車發跡之主要地區，相關大廠與零組件廠商結構非常健全。
5. 工具機產業的高技術與低成本的優勢明顯。
6. 中部地區工業區域集中、完整，易於統合發揮能量。

(二) 劣勢(Weakness)

1. 缺乏大型國際會展中心，無法提供優質展覽空間。
2. 工具機等項目難與民眾產生連結，較無法有互動上的共鳴。
3. 活動大多止於會場，影響範圍層面較小。
4. 實質效益一般民眾感受不大，對地方發展形態影響小。
5. 短期活動，對於整體環境感官影響有限。
6. 大眾運輸系統尚不健全，對於國際旅客之服務品質欠佳。

(三) 機會(Opportunity)

1. 2010 年臺中舉辦第一次國際工具機會展，受到廣大迴響，國際上均表達再次參與之意願。
2. 可藉由工具機會展，提昇國際形象與大臺中的能見度。
3. 可藉由工具機會展，帶動周邊產業與觀光的發展，進而促進經濟成長的機會。
4. 促進中部大專院校國際交流之機會，並能與國際廠商互動洽談合作、支援與工讀機會，提昇在地人才競爭力。
5. 產業升級將可吸引國外學子來臺進修，對於國際化都市發展有正面效益。
6. 產業升級後，創意行銷、組裝包裝、觀光服務等需求增加，將帶動就業人口提昇與經濟成長。
7. 促進大臺中國際會展會議經驗之提昇，軟硬體設備的健全，有助於未來發展的多元可能性。
8. 展現大臺中工具機之競爭力，吸引外資投資與駐地發展，逐漸形塑國際城市面貌。
9. 透過智慧化之行銷，可將大臺中之會展會議成果與過程等立即與國際平台接軌，達到最快的宣傳效果。

(四) 威脅(Threat)

1. 目前中央之國際會展空間設定以北部與南部為主，國際會展籌辦資源與關注受到考驗。
2. 會展中心之籌辦以臺中市為主要區域，對於彰化南投的互動性將會受到影響。
3. 中國大陸近年之國際會展中心加速建設，且皆位於沿海位置，將會與中臺灣的會展產生瓜分效應。
4. 工具機會展為短期活動，而國際會展空間若無常態性的會議會展租用，維護管理成本上將產生壓力。

5. 工具機會展籌辦，將能有效提昇大臺中之國際競爭力與能見度，但卻無法讓一般民眾有實質感受與參與的機會。

6. 臺灣工資較低、品質卓越，未來有機會發生國際挖角人才或收購技術的狀況產生，對永續經營產生負面影響。

7. 中臺灣之大眾運輸結構尚未完善，對於參與會展的商務旅客將產生些許不便，影響再遊意願。

肆、臺灣國際自行車會展

臺灣自行車的發展從 1970 年代起開始日漸茁壯，1990 年代遇到中國與越南之削價競爭，曾經有十多年的低潮期，後來於 2002 年藉由巨大、美利達兩大車廠結合國內相關零配件產業廠商，積極營運共生效益，以新材料、新功能、新用途「3N」之策略理念，共組「A-Team」(臺灣自行車協進會)，以提昇生產效率、進化生產流程，讓臺灣的自行車產業逐步在國際上發光發熱，也受到各國的肯定與品牌的愛用。彰化縣政府更已規劃「自行車主題園區」，內容包含自行車博覽館、自行車教育體驗中心與自行車創新研發及交流測試中心，希望藉由「自行車博覽館」、「自行車教育體驗中心」、「自行車創新研發及交流測試中心」，建構新世紀自行車產業發展的願景。

臺灣許多自行車業者目前皆在中國都設有生產線，且投資眾多資金於中國境內，在兩岸分工之下仍必須保留技術研發的生產力，才能讓自行車產業深根臺灣，揚威國際。

也因此，推動「臺灣國際自行車會展」，來提昇大臺中國際競爭力，將也是可行方案之一。以下則針對其國際面、政策面、經濟面、文化面與管理面來進行可行性評估。

一、國際面

環境保護與運動休閒之議題，近年來在國際發燒，而自行車產業也於這波國際運動中嶄露頭角。臺灣自行車工業發展近 50 餘年，技術服務與品質管理要求高，使得臺灣自行車產業產值、出口及品牌形象已於國際佔有領先地位，除了產業在國際層面上的優勢，大臺中鄰近的觀光資源、氣候條件、人文素養與熱情及文化價值，也可以對舉辦「臺灣國際自行車會展」有加分作用，提高國際廠商參

展與自行車愛好者與會之意願。

但就海外參展廠商的立場而言，政治處境問題、國際直飛航班較少、來臺需申辦簽證等客觀條件限制則為臺灣最大問題。另外，臺灣在獎勵旅遊相關的基礎建設上仍需加強，否則國際企業與自行車愛好者來臺，包括處理大型巴士不足、大型會展（或餐飲）場地空間不夠以及自行車愛好之自由行旅客、背包客等、大眾運輸接駁與指示、遊客服務機制、旅遊安全等問題，都應事先予以考慮並設法解決，而這些因素都將會影響國際人士前來參展與看展的意願。

二、政策面

經濟部國際貿易局自 99 年度起執行「臺灣國際品牌整合行銷傳播及產業廣宣專案（簡稱 IMC 專案）」，推廣臺灣最具出口優勢之資通訊及自行車產業，以提昇臺灣品牌在國際上的知名度，共邀請臺灣 30 餘間國際品牌廠商聯手投入行銷資源，藉由媒體公關、推廣活動、數位傳播、通路合作、強化廣宣五大策略，傳達定位一致的品牌訊息與優質形象，有效吸引 3,000 萬以上群眾，成功地將我國資通訊、自行車產業於目標市場之知名度提昇逾 60%。

可以見得，由政策導引之企劃，將能最有效率的達到預期目標，而在縣市合併亟欲提昇大臺中國際競爭力之際，若能將「臺灣國際自行車會展」納入發展策略，研擬相關配合辦法，將能有效的吸引國際目光，達到國際會展的固定舉辦區域，不只提昇國際競爭力，對於中臺灣的觀光遊憩能量與整體國際化的提昇皆有實質的效益產生。

目前若臺中要承辦國際大型會展，則必須興建綜合性的會展空間，並建立國際會展會議的專責單位進行規劃、辦理、接洽、宣傳與培訓等。考量地方整體觀光環境的提昇、飲食的文化、社會的安全性、交通的便捷性等，否則空有在地的基層基礎，確無相關的設施、配套與全民的共識，將無法支持國際性的舞台在大臺中地區長期舉行，同時自行車國際會展中所舉辦之自行車賽，應考量專業級與休閒級的自行車道規劃，並考量周邊環境的改善、多樣性的營造、相關協助與服務的商店規劃等，皆應於政策面來加以檢討。

三、經濟面

以美國案例了解到國際會議旅遊確實會帶來各層面經濟上的大幅成長，若未來大臺中提昇國際競爭力朝向以「臺灣國際自行車會展」為主軸，將可能帶來更

長遠的商業經濟與利益提昇。

自行車國際會展，影響之經濟層面，包含遊客的空運，相關展示品牌貨物的運輸，甚至可以直接試騎、選購並貨運到府之服務，以及附屬設備與周邊商品的伴隨效益，還可能吸引相關產業與有興趣之學生進駐於中臺灣，而最直接的效益仍是在於中臺灣工具機與自行車業國際的能見度得以提昇，新的技術與服務也能藉此達到展示目的，也因此帶動中部產業的經濟成長與品牌塑立將更有長遠的可期性。

四、文化面

過往臺中以文化城自居，若能將發展已久漸趨成形茁壯的自行車產業讓中部地區與精密工業、創意工業畫上等號，對於大臺中的都市定位與國際形象樹立皆有正面的幫助。節能減碳為當前世界共通的目標，中部地區既然有如此得天獨厚之條件，更應將自行車產業之文化落實於生活面，進而將中臺灣發展為運動休閒、節能低碳的國際城。

若以「臺灣工具機暨自行車國際會展」為大臺中未來發展類別，則必須在其人才、技術教育上開發更多的資源，並在中部地區校園中更加著重於相關產業的學系與課程，在各工業區範圍更應提供人才培訓與技術養成計畫，在從新定位下的大臺中，開始著墨於文化面的改變與紀錄，同時，自行車的舒適騎乘環境，也應超越其他縣市，作為整體文化型塑的空間延伸，讓大眾在享受自行車休閒之樂時，也能從環境感染在地文化特色之渲染力。

五、管理面

「臺灣國際自行車會展」的管理層面，首先將面對場地的管理，與相關食、衣、住、行、育、樂等之環境如何支援，以完善整個活動的運行與活動期程內附加效益的品質與豐富度。同時，除了此會展議題外，也必須考量會展中心期於時間的使用管理與營運，以能讓空間場所保持最佳的營運績效與會場品管，再者，自行車性能的展現、車手競技的活動、一般民眾的體驗，皆應藉由管理層面讓環境得以永續經營，不斷改善與精進，讓中臺灣的自行車國際城能得以漸趨成形。

目前大甲幼獅工業區(巨大)、彰化(美利達)、梧棲關連工業區(愛地雅)為臺灣主要三大自行車廠，且中部各大工業區內皆有眾多自行車零組件之廠商，未來若能透過管理協調機制，將平台建置更透明化與簡易化，對於日後自行車產業的

管理將能產生更大的效益。而目前中部自行道之分布密度也非常稠密，如臺中：臺中市環市休閒自行車道、東豐自行車綠廊、高美自行車道、新社自行車道等；彰化：長青自行車道、大佛線自行車道、四面佛線自行車道、花壇鄉虎山岩線自行車道、二水觀光自行車道、百菓山路線自行車道等；南投：貓羅溪自行車道、中興新村自行車道、八卦品茗賞景自行車道、水里自行車步道、日月潭環潭自行車道、向山自行車道、月潭自行車道、頭社自行車道、集集綠色隧道自行車道等，可說於中臺灣自行車活動是十分適合且發展全面的區域，但因目前管理面尚無受到重視，使得各區段之品質良莠不齊，且長時間使用下，缺乏管理下的損壞率與環境美質上受到考驗，也因此，未來皆需有管理權責單位來加以輔導與維護。

以下則針「臺灣國際自行車會展」提出 SWOT 分析，以論述方案之可行性:

(一) 優勢(Strength)

1. 臺灣三大自行車展業皆位於中臺灣，有地利之優勢。
2. 地理位置應付自行車與其零組件之物流處理十分便利。
3. 陸、海、空等運輸廊道建構完善，符合自行車國際會展之需求。
4. 中臺灣為自行車發跡之主要地區，相關大廠與零組件產業鏈非常紮實。
5. 自行車產業相關的技術與研發優勢於全球取得領先地位。
6. 中彰投自行車道綿密，對於產業的推廣與民眾的參與較為容易。
7. 節能減碳的國際趨勢，可以讓自行車產業成為一股環保新風潮。
8. 臺中市之會展中心至中彰相關工業區車程近，有利於廠商參與會展意願。
9. 中部地區氣候條件佳，適合舉辦戶外自行車活動。

(二) 劣勢(Weakness)

1. 缺乏大型先進之國際會展中心，無法提供優質展覽空間。
2. 缺乏專業自行車相關競技活動場地與自行車賽的舉辦車道。
3. 活動大多止於會場，影響範圍層面較小。
4. 中臺灣目前尚無大型自行車相關活動。

5. 自行車國際會展屬短期活動，對於整體環境之感受與改善有限。

6. 自行車失竊率過高，影響自行車產業普及與國際形象提昇。

(三) 機會(Opportunity)

1. 中彰投三地之城鄉風貌截然不同，有機會營造出不同氛圍之自行車騎乘環境多樣性。

2. 可藉由自行車國際會展，提昇國際形象與大臺中的能見度。

3. 可藉由自行車國際會展與自行車道之串連，帶動周邊產業與觀光的發展，進而促進經濟成長的機會。

4. 可定期於中臺灣舉辦產業或學校對於自行車議題相關競賽，提昇在地人才競爭力與自行車在地議題發酵。

5. 自行車國際會展，可帶動創意行銷、設計產業、自行車相關設備、觀光服務等需求增加，將帶動就業人口提昇與經濟成長。

6. 促進大臺中國際會展會議經驗之提昇，軟硬體設備的健全，有助於未來發展的多元可能性。

7. 展現大臺中自行車之競爭力，吸引外資投資與駐地發展，逐漸形塑國際城市面貌。

8. 透過 GIS 與 GPS 之 E 化運用,可將大臺中之會展會議成果與自行車競賽、活動過程等立即與國際平台接軌，達到最快的宣傳效果。

9. 可藉由節能減碳、國際無車日等議題與自行車國際會展與活動連結，創造話題於國際傳媒。

(四) 威脅(Threat)

1. 目前中央之國際會展空間設定以北部與南部為主，國際會展籌辦資源與關注受到考驗。

2. 近年來中部自行車產業有外移現象，若無妥善保護措施，將可能流失重要的自行車本土產業命脈。

3. 自行車國際會展為短期活動，而國際會展空間若無常態性的會議會展租

用，維護管理成本上將產生壓力。

4. 自行車國際會展、競技比賽、專業越野賽與民眾騎乘休閒活動，屬點與線的發展，容易失焦於某項活動而難以統合。

5. 目前中彰投有眾多廠商皆以零組件組裝，外銷不內銷為主，對於國內產業發展與競爭力之提昇有莫大威脅。

6. 中臺灣之大眾運輸結構尚未完善，對於參與會展的商務旅客與有興趣來參加之自行車愛好者將產生些許不便，影響再遊意願。

第四節 臺中市事件經濟方案之效益與願景

為了提昇大臺中國際競爭力所研擬四個方案：中臺灣音樂美食文化節、媽祖遶境朝聖文化祭、臺灣國際工具機會展與臺灣國際自行車會展，在以 SWOT 分析其可行性後，就可以發現目前大臺中地區之資源與可發展的模式皆各具效益，但彼此之間確不衝突，發展上無排他性的問題，因此本計畫於目前效益與願景上進行統合性之說明，期望能將大臺中往國際城市的舞台前進，讓國際形象、國際參與、在地文化、在地經濟、生活環境、臺灣核心角色的建構與扮演都能有最優質的完美表現。

以下則針對大臺中國際都市提出方案執行後之願景與效益說明:

壹、政治環境

可藉由政策的引導，將四個方案逐步正確歸位，讓民眾了解體認政策的規範將會引領環境更加優質化、城市更有競爭力、下一代更有挑戰性、國際形象的塑立讓民眾有卓越感，如此，未來對於政府行政上的推動，民眾將更有參與感與信任感，這無形中的效益才能更真實的將大臺中地區民眾緊密的生活在一起，對於環境的認同與保護才能更加珍惜，由上到下的體系也能更加健全，環節上的支援性也將更強。

而目前於各方案之提擬過程中發現,相關軟硬體設施在提昇國際競爭力之前提下，皆有欠缺或不足之地方，皆需透過政策的導引與施行，逐步建構起符合國際競爭力城鎮所需之基礎設施，才能在國際上獲得認同，使用上獲得肯定，並在後續得到更多的國際旅客再遊機會，如此，才能真正達到國際城市之標準。

貳、人文環境

透過音樂美食、媽祖遶境朝聖、臺灣工具機、自行車國際會展活動的舉辦與營造，將能讓中臺灣的民眾共同不斷的發掘在地過去的文化與未來的期許走向，而當地的文創工作者也能得以有固定發揮的舞台，將中臺灣傳統的音樂、美食與媽祖文化，藉由文化創意來讓民眾更貼近的參與，進而深刻的了解自己所在的地區環境之驕傲在哪裡，而我們的工具機與自行車產業的發源與未來又該如何記憶。

傳統文化的精髓，可以藉由原始的方式來呈現與保存，但也須透過現代化的創意思維讓文化賦予有新的生命與感染力，包裝行銷當然就會衍生為重要的手段與產物，而再以網路的穿透力將中臺灣既有的音樂美食、媽祖文化與工具機、自行車等發展過程與產品發揚至國際的每一個角落，最終，形塑出屬於我們中臺灣特有的文化形態。

而傳統技術的傳承與相關文化的教育，也是不可缺乏的一環，未來應檢討中部地區大專院校與相關組織團體對於大臺中地區的發展議題是否有比其他各區域有更多的著墨與精進模式，若沒有相關的檢討，則必須加以補強與建構教育傳承機制，從傳統匠師的尋找、技藝的記錄與保存、可開創的因子與議題、既有的資源保護等，都能藉由文化環境的關注得以獲得更優質的效益產生，如此一來，對於未來產業的深根性與長久發展的願景都能或到最佳的關懷與保護。

有了完整的文化教育體制，未來的發展才算有了正當性與獨特性，中臺灣提昇國際競爭力的資源也才能一點一滴的累積起來，獲得保證。

參、社會環境

以臺灣整體發展來看，各種產業皆以各自突破，後起仿效，常流於後續糾紛的產生與勢力漸趨弱化的社會型態，有鑑於此，若能以地方統籌規劃，藉由輔導與供需平衡的估算進行相關產業的整合或轉型，不僅能改善現有惡性競爭的社會風氣，也能讓各類別的產業得以相互支援，激發出最大的效益，不僅對於安全平穩的社會環境有所提昇，也能讓外地與國際遊客能更放心的參與各項盛事。

大臺中的定位確認後，以政府的力量強化整體推動的績效，在改善整體環境後，大家對於環境的維護將會更加的珍惜，因為這也將是大家共生的生活圈，也因此，彼此的互動將會增加，共同維護環境品質與穩定的模式也將衍生，對於大臺中的社會環境必然有其成效。

肆、經濟環境

未來若以音樂美食或媽祖文化，將有助於形塑出各地的既有風格，但也有其傳統文化的在地性，譬如創造出媽祖文化大道，提昇周邊的自明性與發展性，並可搭配中彰投的音樂特性，融入美食的銷售形式，對於整體經濟的提昇也會有明顯的幫助，特別是藉由城市品牌與意象的建立、開創文創觀光與科技走廊的規劃，透過智慧城市的整合與宣傳，也將能吸引國際旅客更多的參與且達到更高的

經濟產值。

工具機與自行車產業於大臺中發酵後，低運輸成本的效益下，也能讓中部地區獲得最大的優勢，進而在音樂、美食等多元的創意發展可能性上，皆有著可期待性之條件，相對於其他縣市的經濟發展條件，更是有相得益彰之效。

媽祖遶境文化節目前一年以達三十億的經濟產值，美食產業更是難以估計，未來若能進行帶狀行銷與整體的包裝，對於大臺中形象的鮮明性將更具代表，也能讓音樂、美食與媽祖文化，甚至是工具機與自行車都可以在同一個主軸上孕育而生，發揮加乘的效果。

伍、生態環境:

現代化的國際趨勢，強調永續生態環境，降低整個環境的負擔，也因此，未來進行推動上應考量美食對於環境是否產生負擔,所衍生的垃圾管理問題與汙水控制問題，甚至是整個製造環境、加工環境、飲食環境、夜市環境接需要予以控制輔導，同時減少浪費並藉機宣導環境保護議題。

而媽祖遶境進香等過程，也可以循漸進式的改良，逐步的將燒金紙、放炮竹等具環境汙染的元素以其他文創方式來取代,塑造屬於大臺中特有的清潔環保宗教盛事活動，在傳統宗教文化的傳承下，又能兼具環境保護的想法與技術改良上的貢獻，相信對於未來生態環境是具有前瞻性的宣傳效果。

工具機與自行車產業的發展，更是對於生態環境的一大挑戰，自行車完全符合低碳的環保議題，在大臺中地區有這樣的產業鏈組織，當然更應該發起都市低碳環保行動的活動舉辦，響應生態環保。而工具機的產業鏈既然為世界翹楚，也應在污染排放控制與二氧化碳減量上提出檢討，並研擬以生產低耗能、低排放為主的工具機為主要的環保訴求，這對於提昇大臺中的國際競爭力，甚至是國際環境保護形象才更是有正面效益的進化。

第五節 臺中市事件經濟發展方案評選

基於上述四個方案之提擬，在本節中將先透過提昇競爭力評估指標，以評選適合大臺中發展之事件經濟提案，後續再分別針對首選及備選方案進行策略規劃。本計畫團隊採專家問卷方式，獲得各方案評估因子權重，藉以選取最適合大臺中提昇國際競爭力之發展方案。以下表 6-5-1 則說明專家問卷所評估之內容因子說明：

表 6-5-1 方案評選之因子權重說明表

一級指標	二級指標	說明
政府效能	公共財政	方案所衍生之相關成本對於目前財政的負擔程度
	組織體制	目前政府組織體系對於方案涵蓋的完善度
	資源整合	方案所運用或影響之資源在整合上的難易度
	執行效率	方案落實之前瞻考量，在執行上可預期完成效率的高低
經濟條件	產業結構	在地產業與方案契合度之高低
	價格結構	方案中所能衍生之產品價格接受度與普及度的高低
	投資吸引力	方案刺激民間參與投資或創造相關機會的高低
生活環境	環境衛生	方案對於整體環境影響的優劣程度
	民眾參與	方案引起民眾興趣或參與的多寡
	文化教育	方案對於都市文化與教育影響之程度高低
	休閒娛樂	方案能營造多元休閒娛樂可能性之高低
基礎設施	場地支應	方案所需之活動空間場館、住宿目前或未來的用地取得或供給難易度
	大眾運輸	方案對於大眾運輸需求量的多寡
	信息聯繫	方案對於訊息溝通聯繫模式的順暢度

（本計畫研擬）

經過對四大方案了解後，第一階段進行專家問卷之權重研究，由主要核心計畫人員進行問卷發放，有效問卷數共計 21 份，經統計分析後獲得因子基礎權重。第二階段則針對四大方案以 1~10 分進行各項因子的評比，並以 10 分為最佳的狀

態，而問卷之對象為第一階段之計畫人員與相關科系之研究助理，共計獲得有效問卷數 48 份，則獲得表 6-5-2 之結果。在因子權重上，第一級指標的四大分項中，並無明顯的差異性，惟對於經濟條件(0.28)上有較高度的重視，顯見專家對於活動的執行上，大臺中在地的產業結構是否能與活動型態作完善的搭配，且其後續能產生之附加產品或創意產物、體驗活動是否能在民眾可接受的範圍內達到最佳的吸引力，同時促進當地經濟的投資、消費活絡，為專家們較為重視的項目。但四大分項差異不大的狀況下，也突顯了活動的推動，各個面向必須均勻的發展與重視，每個環節皆不能模糊帶過或有所忽略。

表 6-5-2　指標權重與四大方案之因子評分表

一級指標(權重)	二級指標(權重)	媽祖遶境朝聖文化祭(評分)	中臺灣音樂美食文化節(評分)	臺灣國際工具機會展(評分)	臺灣國際自行車會展(評分)
政府效能（0.23）	公共財政 (0.28)	7	6	5	6
	組織體制 (0.21)	6	7	5	7
	資源整合 (0.26)	4	6	5	7
	執行效率 (0.25)	6	7	5	7
經濟條件（0.28）	產業結構 (0.38)	7	8	8	8
	價格結構 (0.25)	5	8	5	8
	投資吸引力(0.37)	5	8	6	8
生活環境（0.24）	環境衛生 (0.29)	4	5	7	9
	民眾參與 (0.27)	7	8	4	8
	文化教育 (0.22)	7	7	6	7
	休閒娛樂 (0.22)	7	8	5	9
基礎設施（0.25）	場地支應 (0.35)	6	7	6	7
	大眾運輸 (0.36)	5	7	7	7
	信息聯繫 (0.29)	7	7	6	7

(本計畫調查數據)

而在第二級指標的分項中，可以發現填寫者對於政府效能的分項認為皆需平衡發展與考量重視，而經濟條件則對於在地的產業結構(0.38)與未來衍生之投資吸引力(0.37)之強弱有較大幅度的著重。生活環境上，對於活動推行是否造成環境衛生(0.29)條件的變化較為重視，以及活動的推動是否能夠讓民眾有參予的機

會(0.27)，型塑活動體驗式填寫問卷者認為較重要的項目。而基礎設施上，大眾運輸(0.36)與場地支應(0.35)為較受重視的項目，主要在於是否有場地得以舉辦，點與點的連接是否暢順以及人潮的輸運是否造成交通的問題，都是後續提昇大臺中國際競爭力重要的議題。

最後將第一階段與第二階段之評選結果進行加權統計分析，得到臺灣國際自行車會展與中臺灣音樂美食文化節為可行性分析分數較高之前兩名，分數分別為 7.62 與 7.17。(如下表 6-5-3 所示)

表 6-5-3　四大方案可行性分析成果表

一級指標(權重)	二級指標(權重)	媽祖遶境朝聖文化祭(加權分數)	中臺灣音樂美食文化節(加權分數)	臺灣國際工具機會展(加權分數)	臺灣國際自行車會展(加權分數)
政府效能（0.23）	公共財政 (0.28)	0.47	0.39	0.34	0.41
	組織體制 (0.21)	0.29	0.32	0.26	0.34
	資源整合 (0.26)	0.24	0.36	0.30	0.42
	執行效率 (0.25)	0.33	0.42	0.31	0.42
經濟條件（0.28）	產業結構 (0.38)	0.71	0.85	0.82	0.89
	價格結構 (0.25)	0.37	0.54	0.35	0.54
	投資吸引力(0.37)	0.55	0.79	0.66	0.83
生活環境（0.24）	環境衛生 (0.29)	0.28	0.35	0.46	0.60
	民眾參與 (0.27)	0.48	0.54	0.28	0.52
	文化教育 (0.22)	0.39	0.39	0.30	0.35
	休閒娛樂 (0.22)	0.37	0.42	0.26	0.48
基礎設施（0.25）	場地支應 (0.35)	0.53	0.61	0.50	0.64
	大眾運輸 (0.36)	0.48	0.66	0.63	0.66
	信息聯繫 (0.29)	0.51	0.53	0.44	0.53
合　　計		5.99	7.17	5.90	7.62

(本計畫調查數據)

在四大方案的評選上能夠發現有些端倪，就政府效能而言，因媽祖遶境主要多為民間自發性推動，也因此在組織體制(0.29)與資源整合(0.24)上相對分數皆偏低；而自行車因與環保議題與健康休閒相關，加上民眾多持正面的態度，在未來

政府推動與政策執行上，在問卷上是可以看出大家的期待相對提高(0.34，0.42)，也持正面的肯定。而在經濟條件上，四大方案皆以大臺中進行量身打造，所以分數平均皆高，但在價格結構與投資吸引力上，則可由問卷重發現，填寫者對於音樂美食(0.54，0.79)與自行車會展(0.54，0.83)有較大的產品價格接受度與投資吸引力的信心強度，兩大方案明顯高於媽祖遶境與工具機會展。生活環境也是重要的項目之一，自行車會展因為低碳環保訴求，相對於其他三大方案分數高了二到五成的比例，而問卷中也可以看出大家對於媽祖遶境與美食所帶來的環境衛生保護是較沒有信心的。而民眾參與是專家因子權重上所受到較高重視的項目，也可以由四大方案中發現，工具機會展因對項較有需求的針對性，也因此評選上分數相對最低(0.28)，相對於音樂美食(0.54)有近一倍的差距。休閒娛樂的評選上，工具機會展也相對為較偏低的項目。在基礎設施上，場地的支應與大眾運輸為主要專家所重視的項目，音樂美食因有既定的場所且空間定位較為固定，規模較好掌控，因此相對分數較高(0.61)；自行車會展除了會展外，戶外的自行車道目前各縣市皆普遍建設，場地支應上又具多功能的效果，也因此評選上較受青睞(0.64)。大眾運輸上，更因自行車的機動性強，加上未來可搭配運輸的交通運輸工具多元，也因此分數較高。而媽祖遶境長年來多以遊覽車運輸，且信眾從四面八方匯集，整合不易疏散也較為複雜，因此分數偏低(0.48)。

因此，本研究建議以「臺灣國際自行車會展」作為提昇大國際競爭力首要之發展主題，「中臺灣音樂美食文化節」則作為備選方案，考量臺中、彰化、南投既有活動基礎設施及未來發展藍圖，整合各項產業、文化、觀光等資源進行完整規劃，充分發揮事件經濟潛在效益，以形塑大臺中城市形象；同時促進周邊相關產業發展，以提昇大臺中國際競爭力。

第七章 大臺中自行車競技暨國際會展

第一節 活動內容規劃

基於地方產業發展考量，臺灣自行車產業發展迄今 50 多年，透過不斷地開發創新車款以及建立品牌，擁有「自行車王國」美譽。而臺灣自行車產業前三大分別為巨大(臺中市)、美利達(彰化縣)、愛地雅(臺中市)，在臺中、彰化地區擁有完善的上、中、下游供應體系，形成整車廠與零組件廠商間綿密的產業網路。中臺灣是自行車業重鎮，從苑裡、大甲、沙鹿、太平、大里到彰化，包括零件、組裝、加工、烤漆等相關行業共有上萬家廠商。透過事件經濟的舉辦，將能夠以自行車作為品牌特色產業，提昇大臺中國際能見度。

此外，配合相關政策推動考量，臺中市為扮演著中臺灣地區觀光旅遊市場的中心樞紐，政策面積極以「文化・經濟・國際城」為目標，為建構「生態、生產、生活」三生永續發展之世界級城市，在軟、硬體方面加強重大旗艦計畫及產業建設，串連臺中市具吸引力及競爭力的產業及遊憩據點，型塑多亮點的城市觀光意象，透過魅力行銷，打造獨具特色與創造力的產業休閒城，進而行銷國際，達到觀光客倍增之目標。同時，臺中市政府為加速減碳政策的推動，成立低碳城市推動小組，由市長擔任召集人、副市長擔任副召集人，以強化各局處節能減碳工作的整合與分工，以及提昇臺中市減碳績效為目標，透過包含無車日、大臺中自行車道串連、市區通勤式自行車道等政策推動，積極爭取成為低碳城市的一員。

因此，在本活動方案規劃中，主要規劃為三大項目：配合臺中市申辦東亞運為目標，以「**東亞運自由車熱身賽**」為主軸，為進行城市行銷及提昇國際能見度；同時，配合全民自行車休閒活動、市區通勤式自行車道試辦等，建構與強化自行車使用者環境以舉辦「**大臺中自行車月**」；另外，為促進在地製造產業之行銷，輔導舉辦「**臺中自行車國際博覽會**」，以提昇永續產業發展、提倡健康低碳生活的概念。透過整合大臺中頂尖自行車產業及中部地區自行車道整體規劃，營造大臺中「自行車城」、「低碳城市」的城市形象，同時結合中彰投區域多元環境、空間、文化資源，積蓄高度兼具有人文創新氛圍的活動，以區域生活圈之方式，帶動周邊產業發展，提昇城市行銷與國際的連動性和競爭力。

壹、東亞運自由車熱身賽

一、活動內容

為配合東亞運動會自由車競技項目，「東亞運自由車熱身賽」擬由東亞運籌備委員會主辦，臺中、彰化、南投各縣市政府協辦，包含自由車公路賽及室內自由車賽。其中，自由車公路賽賽程項目主要規劃為四項分站，依次為：臺中公路長途賽、彰化公路長途賽、南投日月潭環潭公路賽及臺中城市繞圈賽，依賽程累計積分做為排名依據。

另外，各項分站賽程於賽前舉辦啦啦隊、有獎徵答、自行車特技等暖場活動，帶動現場氣氛；並於賽後規劃販賣在地產業、文創作品、自行車相關產品等市集，提高遊客參與度及留滯時間。賽程中，配合 GIS 定位系統及配合大臺中無線網路建構，提供同步轉播賽程，讓加油觀眾能夠隨時掌握選手動向。

二、活動地點

在東亞運自由車熱身賽地點規劃方面，各項賽事路線設置方式以既有道路進行品質維護、搭設臨時活動場地及進行交通管制為主；並建議中央積極協助彰化實現員林自行車園區競技場建設計畫，以提供國際標準自行車競技場地。

(一)臺中公路長途賽

1.在合併後大臺中市舉行，以臺中湖心亭為出發點，以臺中市各區主要街道為繞行路線，途經臺中市政府、梧棲漁港、大甲鎮瀾宮、東豐自行車綠廊、新社花海，至臺中都會公園作為終點。

2.主要路線：臺中湖心亭→省道 12→沙鹿→省道 17→清水→省道 1→大甲→后里→豐原→石岡→新社→中興嶺→臺中都會公園。

3.賽事里程：全程約 125 公里。

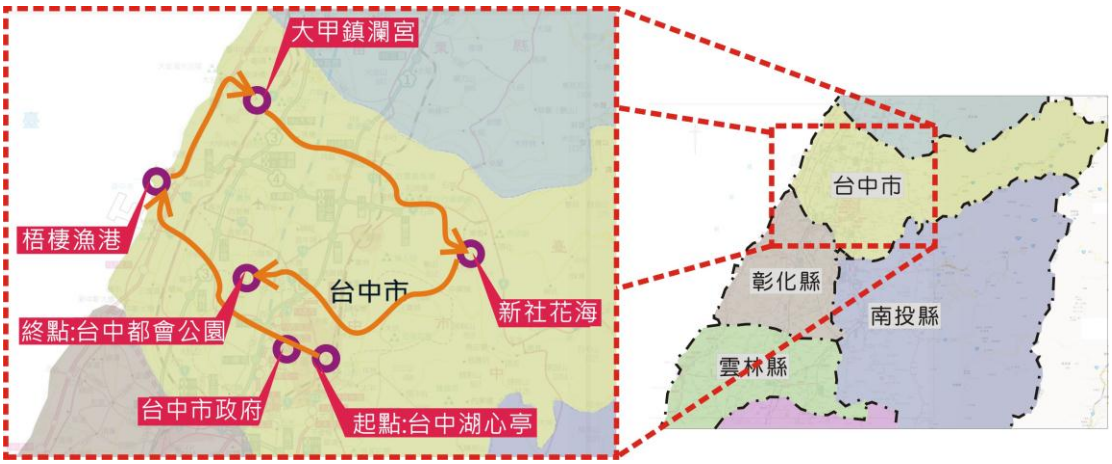


圖 7-1-1　臺中公路長途賽路線規劃圖　　（本計畫繪製）

(二)彰化公路長途賽或員林自行車園區競技場場地賽

1.在彰化縣內舉行，以八卦山風景區為起點，以彰化縣各鄉鎮主要街道作為賽程路線，途經八卦山、芬園、鹿港、彰濱、芳苑、二水、埤頭、竹塘、溪州、北斗、田尾、員林、花壇，最後至八卦山大佛作為終點。

2.主要路線：八卦山大佛→秀水→鹿港天后宮→芳苑濱海公路→二林高商→田尾公路花園→員林自行車園區競技場（→縣道 139 號→寶藏寺→省道 74 甲→省道 1 號→彰化縣政府→八卦山大佛）。

3.賽事里程：全程約 106 公里，或競技場各類場地賽。

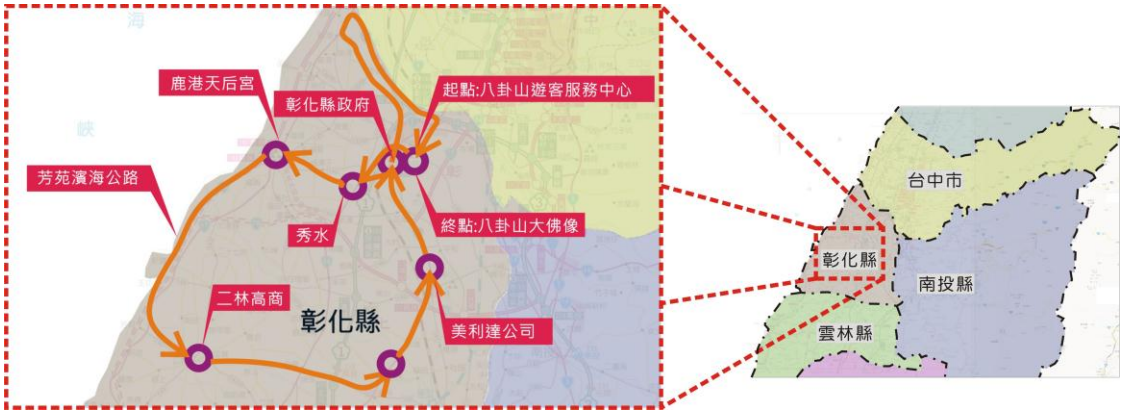


圖 7-1-2　彰化公路長途賽路線規劃圖　　（本計畫繪製）

(三)南投日月潭環潭公路賽

1.在南投日月潭舉行，以向山行政暨遊客中心為起點，以日月潭環潭道路作為賽程路線，途經日月潭國家風景區管理處、文武廟、伊達邵，最後回至

向山行政暨遊客中心作為終點。

2.主要路線：日月潭環潭公路。

3.賽事里程：全程 29 公里，共五圈，計 145 公里。

圖 7-1-3　南投日月潭環潭路線規劃圖　（本計畫繪製）

(四)臺中城市繞圈賽

1.在臺中市區內舉行，以臺中水湳經貿園區自行車展覽館為出發點，以臺中市主要街道為繞行路線，途經臺灣塔、臺中市政府、臺中大都會歌劇院、文心戶外圓滿劇場、臺中都會公園，再回至臺中水湳經貿園區作為終點。

2.主要路線：臺中水湳經貿園區自行車展覽館→**經臺灣塔**→河南路→文心路→**經臺中市政府**→中港路→**經圓滿劇場**→向上路→惠來路→**經大都會歌劇院**→市政路→河南路→中港路→安和路→西屯路→都會園路→**經都會公園**→科園路→科雅路→中科路→環中路→臺中水湳經貿園區自行車展覽館。

3.賽事里程：全程 28 公里，共 5 圈，計 140 公里。

圖 7-1-4　臺中城市繞圈賽路線規劃圖　（本計畫繪製）

三、活動時間

配合臺中市申辦 2017 年東亞運動會時程，以及參考歷屆東亞運舉辦日期，因此東亞運自由車熱身賽擬於 10 月份舉辦；依賽道規劃，各分站完賽時間約 3-4 小時；並於賽前舉辦約 1 小時的熱身活動，營造現場氛圍。

四、活動對象、協辦人員

活動主辦單位為東亞運動會籌備委員會，臺中、彰化、南投縣市政府為協辦單位，偕同中華民國自行車騎士協會及各地自行車俱樂部聯合推動。活動對象主要為自由車運動員，並針對現場加油民眾提供賽事資訊、規劃加油活動等。

另外，針對活動規劃事先徵選現場義工及服務人員，進行教育訓練以提供運動員或加油民眾之諮詢等服務，同時也可提昇活動整體服務品質。

貳、大臺中自行車月

一、活動內容

配合大臺中提倡低碳生活、健康休閒等政策，打造獨具臺中特色與優質生活環境的自行車城，進而提昇大臺中形象。活動規畫主要基於現有臺中市無車日之推動，以低碳城市為目標加以擴大及完善配套措施。

在無車月推動方面，配合東亞運自由車熱身賽舉辦月份，透過自行車租借系統及交通管制，搭配 BRT 及捷運等大眾運輸系統自行車專用車廂規劃，並進行自

行車停車及保管計畫，推動市區低碳通勤生活，由無車日擴大為無車月，進一步提昇民眾減碳觀念及改變通勤交通工具習慣。

在休閒活動舉辦方面，串聯大臺中、彰化及南投自行車道，並針對不同年齡層、不同興趣之民眾於周末規劃自行車活動路線，包括「挑戰路線」、「親子路線」及「觀光路線」。

二、活動地點

(一)自行車通勤路線

推動自行車租借系統，以甲地租借乙地還之構想，配合臺中 BRT 及捷運建置計畫，提供自行車專用或加掛車廂，並於停靠站設置節點提供自行車騎士休憩或輪胎打氣設備；同時，針對大臺中重要且具綠蔭之街道規畫進行以自行車騎士優先交通管制，包括中港路、文心路、忠明南路、市政路、公益路、崇德路、雙十路等，透過行道樹栽種規劃及自行車專用號誌，並選擇現有停車空間改建置為自行車停車空間，提高自行車使用者方便性及自行車保管安全性，以增加民眾騎乘通勤意願。

(二)自行車休閒路線

1. 挑戰路線：舉辦大臺中自行車環市健康週、臺中－彰化公路花園休閒週、臺中－日月潭－合歡山挑戰週等三項主題活動。將現有大臺中之自行車道進行串聯及整修，包括：環市區系統（東光園道、興大園道、忠明園道、柳川西路、梅川、育德園道、興進園道、經國園道）、鐵路改建（后豐、東豐、潭雅神）、道路型（太原路、廊子路、建國南路）、河堤型（旱溪、頭汴坑溪、筏子溪、大坑溪、楓樹腳溪、南邊溪、龍井大排、麻園頭溪）及其他類型（中科自行車道、高美濕地、新社自行車道、大肚山、望高寮、大坑風景區）；基於中部區域縣市合作，及觀光資源路線整合，同時延伸路線連結至彰化（烏日→省道 1 號；省道 74 號）、南投（霧峰→省道 3 號；中投公路）之自行車道，包括南投「永不放棄」自行車路線（埔里至武嶺，水里至塔塔加）。在活動路線，沿途偕同便利商店業者、搭配特色據點或美食景點，建置自行車使用者補給站，作為民眾之交流平台並提高當地特色產業能見度。

2. 親子路線：以現有規劃的自行車道挑選合適路段，例如較平緩、親水性、

生態性或具文化背景之路段，進行親子自行車休閒活動，並設置觀光景點為中繼站，同時舉辦沿途攝影或於活動後進行投稿徵選等。藉此，透過自行車活動進行環境教育，以及提昇自行車道周邊及景點之觀光效益。

3. 觀光路線：針對臺中、彰化、南投景點進行自行車道路線規畫，整合觀光資源分別規畫自行車文化之旅（大甲-媽祖文化、鹿港-工藝文化、日月潭-原住民文化等等）、美食之旅（新社菇料理、豐原小吃、梧棲海鮮、鹿港小吃、水里枝仔冰、大坑芋圓）、山水之旅（高美濕地、筏子溪、大肚山、八卦山、日月潭）、花園之旅（臺中新社、彰化田尾），並沿途於景點或協調便利商店業者設置自行車休憩站。

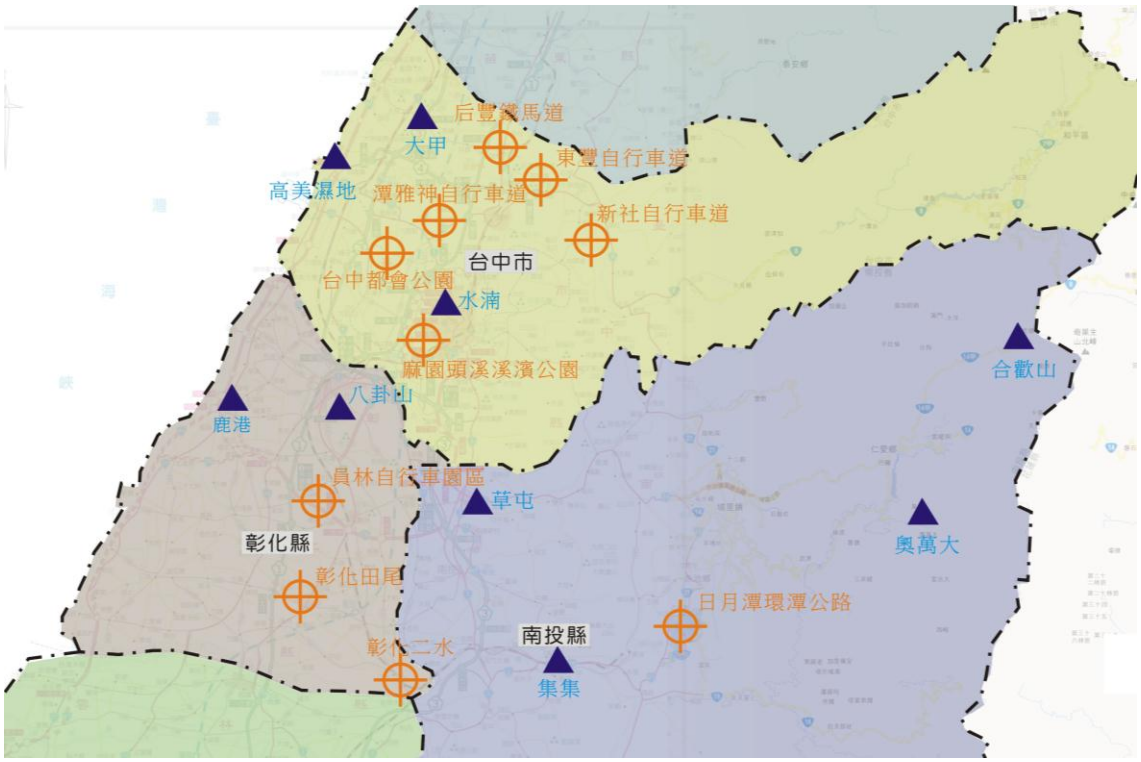


圖 7-1-5　大臺中自行車活動與景點關係圖　（本計畫繪製）

三、活動時間

考量氣候因素，擬於 2013 年起每年 10 月份推動大臺中自行車月，為期一個月，後續可視推動成效，將活動延長為兩個月或每季舉辦，一方面透過自行車休閒活動提昇地方觀光產業效益，另一方面也促進國人的健康生活。

四、活動對象、協辦人員

活動主辦單位為臺中市政府，以彰化、南投縣市政府、原住民族自治區政府為協辦單位（路線經過原住民自治區範圍時，需取得自治區政府同意辦理）為協辦單位，偕同中華民國自行車騎士協會及各地自行車俱樂部聯合推動。活動對象為一般民眾、自行車愛好者及各業餘自行車隊。

參、臺中自行車博覽會

一、活動內容

考量在地產業特性，以及配合臺中水湳經貿園區規畫，建設臺中自行車博物館及附設會展空間，籌辦臺中自行車博覽會。

擬由臺中市政府與臺灣區自行車輸出業同業公會共同舉辦「臺中自行車博覽會」，以「產業永續&健康生活」的樸實、環保會展作為會展風格。透過政府的力量與自行車產業界的通力合作，提供相關業者交流及自行車愛好者之機會，同時也提高大臺中在國際上的能見度，吸引觀光客，創造周邊產業商機。

活動主要規劃為兩大項目：

(一)自行車博覽會展

展場規劃五個主要專區，分別為：「自行車發展文化區」、「自行車技術創新區」、「自行車週邊配件」、「電動自行車區」及「自行車試騎區」，另外由於臺灣自行車相關零組件品質精密及研發技術創新，故增設兩岸自行車相關產業交流專區，讓自行車愛好者、相關的廠商及買家能夠在會展上交流，塑造臺中成為兩岸自行車產業文化交流中心，帶動相關產業發展。更希望吸引世界各地自行車研發廠商、國內外自行車愛好者及自行車競技團隊前來參與。另外，擬舉辦多項活動，包括：

1. 開幕酒會：於開幕日晚上舉辦，邀請參展自行車廠商、自由車競技團體與自行車愛好者參與，創造會展氛圍並提供現場交流機會。

2. 自行車試乘：於展場規劃自行車試騎區，提供民眾當年新推出之整車產品，邀請參觀之民眾，進行自行車試騎乘。另外，於現場提供廠商及愛好者舉辦自由車特技表演賽等以吸引遊客觀賞。

3. 優良創新或經典復古自行車及零配件產品評選：邀請國內外自行車整車

與零件製造廠商專業人士進行評選，最後獲獎之作品可在特別設立的專區進行展出。

4. 最受歡迎及最佳設計之自行車票選：參賽作品由廠商或個人透過網路自行報名，經由自行車愛好者進行網路票選，前三名者可至專區進行展出並受媒體專訪。

5. 現場抽獎及有獎徵答：增加民眾參與之意願，並提高會展氛圍，為接續舉行之自由車競技活動暖身。

(二)舉辦自行車相關論壇及參觀產業聚落

除了一般會展之外，邀請相關產、官、學之國內外廠商及專家學者，同時舉辦自行車休閒產業發展、電動自行車技術研發等相關之論壇及研討會，進而提昇國內相關產業環境及技術之進步，並促進國際間企業之技術交流。

另外，規劃行程提供與會者可至知名自行車大廠進行參訪，如臺中大甲區捷安特、彰化大村鄉美利達、臺中梧棲區愛地雅等，增進國內外民眾對自行車產業之了解，藉此提昇企業經營、廠房管理之素質，並帶動當地觀光產業發展，藉印象行銷提高臺中於自行車產業之地位。

在博覽會交通運輸服務方面，以接駁專車連接臺中主要交通節點及各項活動場地，如機場、高鐵站、捷運站、自行車競技地點等，提供便利的交通，希望讓遊客能有更多時間於在地消費及採購。在會展前期，建置雲端資料庫提供會展服務資訊，透過科技化傳播，讓參加活動者可以透過手機或個人隨身行動秘書（PDA）即時取得包括活動、網路連線、展覽與所有相關旅宿、交通等資訊，方便蒞臨會展現場時，可以有效的安排參訪行程及管控時間。另外，於週邊服務中以單一窗口針對不同階段提供會場產業所需的行政協助及觀光諮詢之服務，結合臺中地區之住宿業者建置臺中地區之住宿查詢平臺，並依照國際風潮背包客之需求研擬服務方案，並提供不同之觀光旅程配合專案，希望能夠促使參展遊客延長於臺中觀光之時程，增加大臺中週邊產業之經濟效益。

二、活動地點

於臺中水湳經貿園區自行車博物館及附設會展空間舉辦，分別規劃室內展區

及戶外臨時展場與試騎空間；透過定時接駁車提供與會者至自行車產業聚落參訪；並將建議主管機關協助管制經貿園區內成為無車空間規劃，積極推動臺中邁向低碳城市。

圖 7-1-6　臺中自行車博覽會場與自行車產業聚落關係圖（本計畫繪製）

三、活動時間

自行車博覽會活動時程方面，考量與臺北自行車國際展作區別，與國際自由車競技賽時間點錯開，及氣候因素考量；因此，擬於 2013 年起始於烏日會展中心舉辦，預計在 2015 年水湳會展中心完備後擴大規模舉辦。擬計三天展期搭配兩天的研討會行程安排，並舉辦主題活動，以吸引買家及遊客參與，活絡地方觀光產業，同時也提昇大臺中的印象行銷。

四、活動對象、協辦人員

擬由臺中市政府與臺灣區自行車輸出業同業公會共同舉辦「臺中自行車博覽會」，活動對象主要為遊客、自行車愛好者、自行車相關的廠商及買家，並針對外地旅客提供會展資訊、規劃地方觀光行程等。

另外，針對活動規劃事先培訓現場義工及服務人員，進行教育訓練，同時提昇活動整體服務品質。

肆、小結

在此方案中，東亞運自由車熱身賽為一次性活動，而大臺中自行車月及自行車博覽會為持續性活動，皆需要政府及民間單位協調整合，充分發揮區域資源及民間團體之影響力，定期舉辦協調會或相關會議，修正活動舉辦相關的困難，以因應社會多元價值觀及時代潮流的改變，並透過各界的意見及創意構想，以提高參與活動的人數及擴大活動範圍與衍生效益。

在成立統籌推動平臺的同時，做為協調整合的機制，也做為統一指揮調度的核心。此一平臺應由產、官、學界共同組成，須能涵蓋市府的相關部門，且有足夠的決策位階，並在其中組建專業專責的核心團隊，負責整合各界的意見以及跨領域的資源，建立公私部門之間的夥伴合作關係，進行事件經濟的總體規劃與推動，包括：空間、財務、人力的建置或配置，事件活動內容與包裝行銷策略的研擬與執行，以及在推動過程中不斷進行監測、回饋與修正，尤其針對事件活動規模及人潮進行事前評估並擬定相關應變策略。其次，市政建設應以事件經濟的方案做為軸心，兼顧國內外人士的不同需求，由市府各部門結合民間資源，共同合作推動各項配套機制，包括：基礎建設、交通、食宿、旅遊、購物、文化體驗、市容整頓、安全救護、資通訊網路、多語標示、宣傳與導覽等等軟硬體設施，以及多元化的服務，進而達到城市再造的整體效益。

持續性自行車活動及展覽經由每年固定舉辦，規模持續擴大，並朝不斷創新活動、提供更多元化的服務及提昇品質，期使大臺中成為自行車產品「創新價值、領導流行」的城市櫥窗，成為國際間掌握自行車產業最新技術及活動之專業平臺。在活動舉辦期間，亦可以參與、競賽、旅遊護照等方式，配合換取各地十大伴手禮，提昇各地方能見度。除了活絡經濟外，也希望藉此推廣全民運動，藉由此新生活運動來提昇全體生活品質，帶動一股新的休閒文化，促進人文社會發展。

活動強調點、線、面的結合，過往的自行車活動皆為單一主題性之計畫，未來強調會展、競技競賽場的點位空間規劃，自行車道對於專業級比賽的賽道、休閒級的中臺灣自行車道之線狀規劃與串接，最終以整體面的構承為主軸，將自行車落實至生活層面，以自行車國際城為發展目標，強調並提供自行車由文化的發源、技術的演進、活動與空間的規劃、相關議題與實品的研討與展示、國際經驗互動的場合，讓中臺灣的自行車博覽會展不僅只為單項的活動構思，更可結合運動器材展，讓本會展能朝向更為多元的發展與健康樂活環境的營造，以確實達到

提昇大臺中國際競爭力之潛力範疇為原則。

第二節 配套機制與策略

本節以推動「大臺中自行車競技暨國際會展」此一事件經濟方案為軸心，分別研析在都市治理、智慧型都市、區域資源整合、交通運輸環境、科技產業走廊發展、文化創意與觀光產業發展、都市更新結構更新、以及國際化都市行銷暨城市意象建構與城市品牌創造等八個構面的相關配套規畫，除了能夠對大臺中未來的發展產生連鎖與相乘之綜效，並可做為大臺中在提昇國際都市層級與城市競爭力的重要基礎。

壹、都市治理

有鑑於本研究所規劃「大臺中自行車競技暨國際會展」方案之規模，係跨縣市的大型活動，且其配套與整合事務必然超出臺中市、甚至可能超出中彰投的行政範圍，因而，本研究建議該事件經濟的推動方式，應該採取「跨域治理」的理念與模式，研擬行政配套機制，以凝聚跨縣市的共識，整合跨縣市的資源，解決跨縣市的各種銜接問題，形成跨縣市的合作團隊，以提昇事件經濟的成效，並使各縣市均能分享事件經濟所帶來的效益。因此，就「都市治理」的層面而言，「大臺中自行車競技暨國際會展」事件經濟方案的配套機制與策略如下：

一、建立「大臺中自行車競技暨國際會展」事件經濟方案的跨域統合機制

為有效推動「大臺中自行車競技暨國際會展」，本研究建議將該事件經濟方案提交跨縣市的區域合作平台加以審議，以有效溝通、並能凝聚共識。目前在臺灣中部縣市之間已設有「中臺區域合作發展平台」，係由臺中市、彰化縣、南投縣三縣市（在縣市合併前是中、中、彰、投四縣市合作）所組成的平台，針對環境資源、文化教育、防災治安、交通運輸、健康社福、觀光遊憩、農業休閒、傳統製造、科技經貿、原住民客家族群與新移民等議題，由各縣市相關局處分工負責主辦。（組織架構如圖 7-2-1 所示）。

由於舉辦「大臺中自行車競技暨國際會展」的空間範圍，包括競技路線的規劃、銜接與維護，擴及中彰投三縣市；規劃的活動內容亦需要三縣市政府部門以及民間部門之間的密切合作，因此，若能善用「中臺區域平台」的合作機制，發揮溝通協調、資源整合的統合功能，並聯合提案爭取中央挹注資源，將可望早日

落實此一事件經濟方案的實現。

依據目前中臺區域平台的議題分組，「大臺中自行車競技暨國際會展」方案的性質涉及「交通運輸」、「觀光遊憩」、「傳統製造」等三組，因此此一事件經濟方案在提交區域平台後，應召開跨小組聯席會議，並由「交通運輸組」擔任主導角色，進行相關推動事務的協調與整合，形成具體的方案內容，包括三縣市之間的資源分配、經費分攤與分工方式，並提報首長會議確認，以及向中央提案爭取資源。每年在「大臺中自行車競技暨國際會展」舉辦之後，亦經由此一機制檢討成效，提出改進意見，做為下一年度規劃與執行的依據。

二、建立「大臺中自行車競技暨國際會展」事件經濟方案的專責推動機制

經由前述中臺區域平台統合機制的運作，「大臺中自行車競技暨國際會展」方案可以得到跨縣市層次的協調討論與決策合法化，以及爭取中央的經費支持；但在實際執行層次上，不可能責成平台的議題小組來推動，仍必須建立專責的推動機制。此一推動機制應由產、官、學界共同組成，涵蓋各縣市政府在此方案範圍內的相關部門，且有足夠的決策位階，可有效整合各界的意見以及跨領域的資源；並組建專業專責的核心專案團隊，進而結合民間資源，建立公私部門之間的夥伴合作關係，以進行事件經濟方案的總體推動。

針對「大臺中自行車競技暨國際會展」的推動，本研究建議成立「大臺中自行車競技暨國際會展推動委員會」，除三縣市政府的相關部門的主管之外，邀請自行車業者、相關運動協會、旅行業者、會展業者共同組成，做為針對此一事件經濟方案的常設規劃機制；下設執行小組，由臺中市政府指派交通局或經發局專人擔任執行長或執行秘書，並聘任若干專業與專職人員，做為常設的執行機制，以有效落實執行委員會的決議。

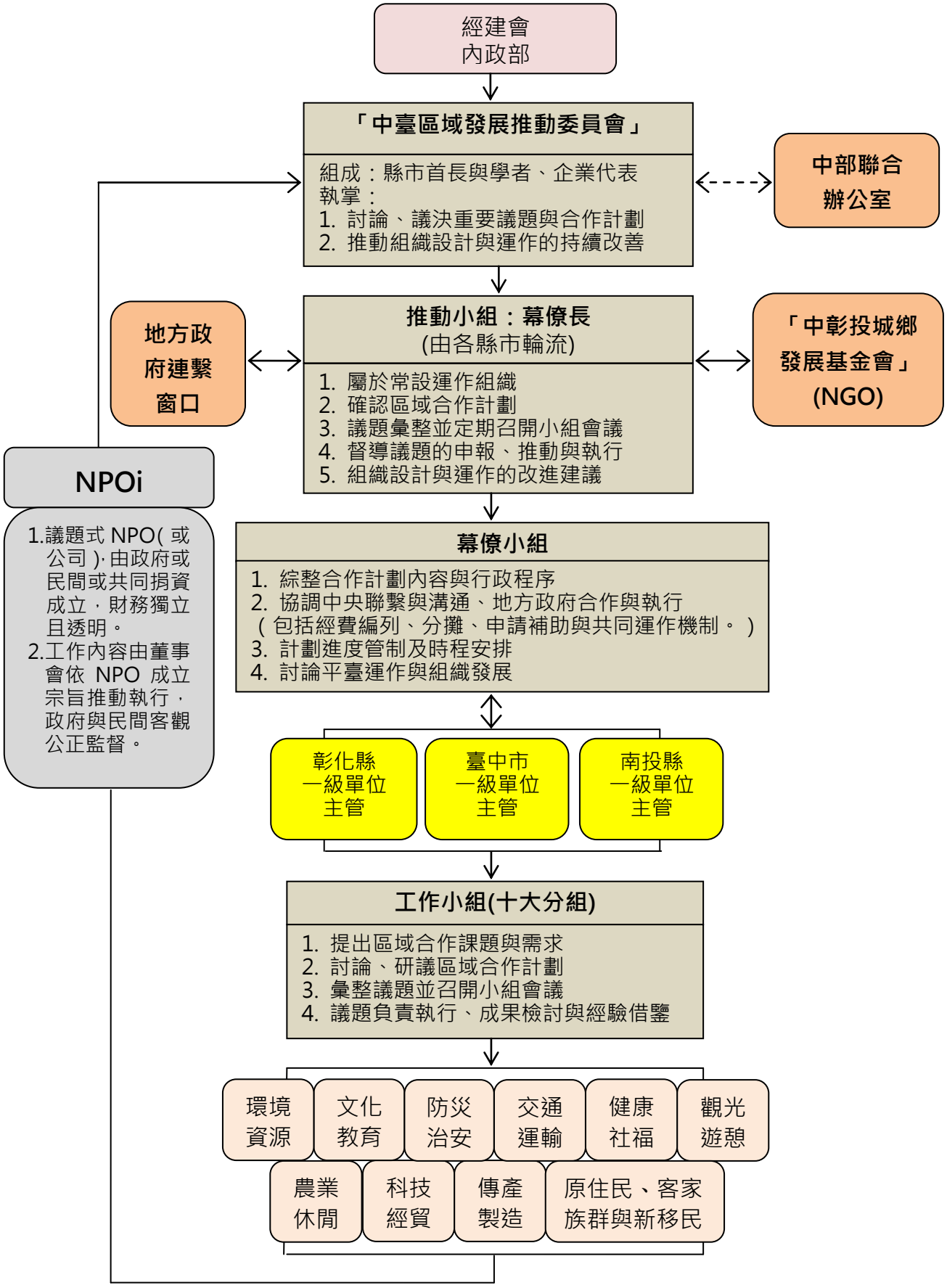


圖 7-2-1　「中臺區域合作發展平台」組織架構

貳、智慧型都市

2002 年臺灣就開始建構多元網路環境，包含「電子化政府」提供民眾便利的政府服務，「縮減數位落差」塑造公平數位機會，「e 化生活」帶來便利的數位生活，以及「e 化商務」帶動產業升級與創新發展等五大重點工作。而臺中市在 e 化建構上已有相當不錯的基礎，而臺中市的產業隨著縣市合併後，伴隨中臺區塊的綜合性發展在未來均具備十足的前瞻性，而智慧型都市透過事件經濟的推動，將可作為各級產業最強而有力的後盾與加分的效果。配合事件經濟活動，本計畫提出各階段性的規劃如下：

一、第一階段：整合現有臺中市之資訊應用與服務平台

自電子化政府堆動十餘年來，從紙張及人工作業化推往電腦化作業、網路化作業、智慧型的網絡合作，讓資料取得拜資訊技術與科技發展能夠透過網絡運用異質資源找到答案。因此在資訊化的首要任務是將目前臺中市的各式服務進行資訊化的服務平台。

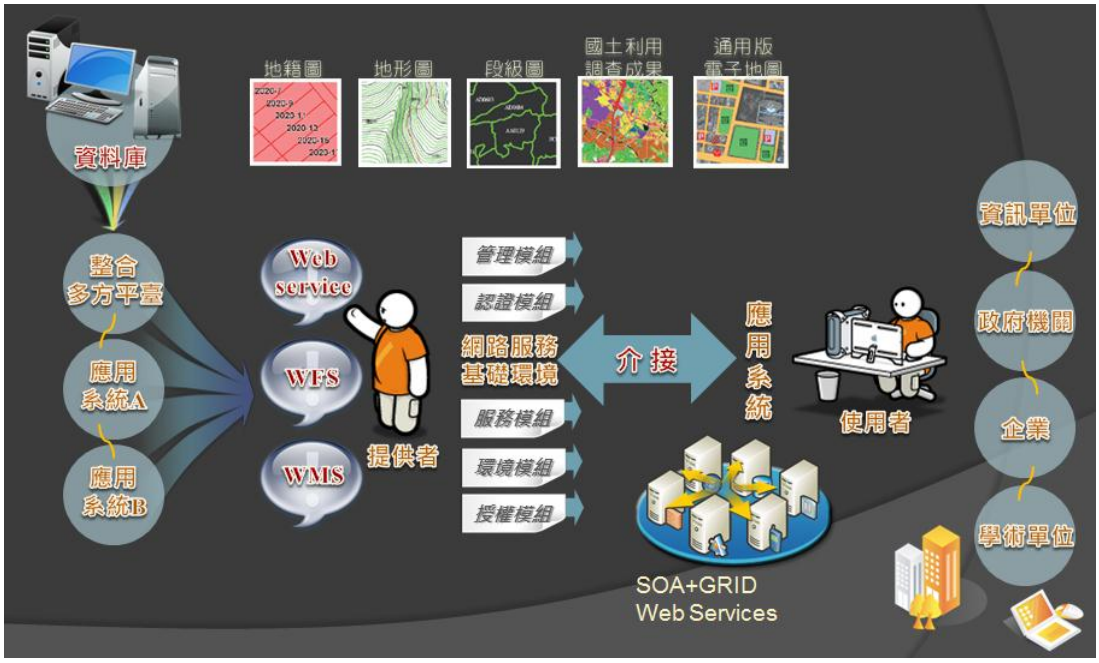


圖 7-2-2　臺中市各式服務整合建構資訊化平台

二、第二階段：打造無線網路服務環境

提供市民能在任何時間、地點，使用電腦、手機、電視、PDA、遊戲機及新資通訊設備等多種管道，享受經濟、方便、安全及貼心的優質 e 化生活服務；反

觀生產端，國內資訊服務廠商也有充分的資源、市場及環境，發展下世代的產業：科技化服務業(Information Technology-enabled Service, ITeS)，更加縮短生產者與消費者之間的距離。

三、第三階段：打造 U 化的醫療

臺中市的人口僅次於臺北市、新北市與高雄市，建構優質化醫療體系，可提昇市民的醫療品質，對於讓病人、老人、幼兒的醫療照護、健康諮詢服務隨手可得。初期以急診救護 e 化服務為重點，使急診病人能搭乘具有影音及生命跡象信號傳輸的 e 化救護車，在送醫途中讓駐院醫生行使遠距醫療指導，也能有效利用完整的緊急醫療救護服務，掌握就醫黃金時間，挽救更多寶貴的生命。

四、第四階段：以觀光資源與交通資訊結合 I236 計畫打造智慧生活應用

民國 97 年行政院於「愛台灣十二建設藍圖」中明確揭露「智慧台灣」、「智慧生活」產業與環境的營造，優先基礎建設的規劃，以建 設台灣成為世界 U 化應用櫥窗。據此，於「行政院第 28 次科技顧問會議」中期望藉由科技與人性的結合，發展出各種智慧的生活應用，以提高人民的生活品質，讓台灣有機會在 2020 年成為生活形態的先驅者，並推動生活應用服產業發展。i236 智慧生活科技（2 個場域、3 種網路、6 大領域應用）的六大關鍵新興產業，包含觀光旅遊、醫療照護、生物科技、綠色能源、文化創意、精緻農業等。以推動大臺中智慧型都市而言，可配合此一計畫推動兩個核心場域：

(一)智慧小鎮(Smart Town)

以 10 萬人口左右的小鎮或行政區域，推動無縫隙網路服務等智慧生活應用，如智慧居家應用、遠距照護、智慧運輸、各種行動應用、節能永續應用等服務。

(二)智慧經貿園區 (i Park)

透過總體規劃，在經貿園區及周邊生活圈，推動各種應用，如動態運輸規劃系統、智慧能源資源管理、安全監控、跨界服務、虛實整合學習及行動應用服務等。

於大臺中智慧型都市的第四階段中，可配合事件經濟之區域鄉鎮區，以上述各階段已完成之資訊化軟硬體基礎下進行規劃，結合各式生活化的應

用，例如水湳經貿園區就可依智慧型經貿園區的策略規劃下，增進其智慧能源資源管理、安全監控、跨界服務等推動，使大臺中的發展更符合國家 i 化政策與智慧型都市之核心。

參、區域資源整合—中臺區域農業資源整合

本分項在自行車活動方面，提出的配套策略為「農村酒莊與花卉資源整合之自行車休閒觀光路線」，主要以在地方農村與農產酒莊與花卉資源，配合自行車路線規劃，以農村慢遊方式吸引遊客，進而透過政府推動自行車事件經濟發展，一方面促使在地農民、農村或相關農企業開發新產品以符合費者的需求偏好，一併帶動背後農產地發展，刺激農產業不斷開創或研發出新產品與市場，提昇產業知名度，創造出「農民-農企業-政府」三贏局面。

一、農村酒莊主題自行車慢遊路線

酒是農產加工中附加價值最高的產品，可提昇農產品的附加價值，增加農民收入。以葡萄酒來說，一公斤的原料葡萄收購價格最高 30 元，但用 2 公斤葡萄釀製成 750ml 的葡萄酒，售價即高達五百多元，為帶動地方產業經濟（滕淑芬，2007）。

但由於酒類商品由於本身產品特性的關係，不論是從生產開始，或是一直到成品的運輸、銷售、儲存到飲用等諸多步驟，對於溫度、濕度、震動以及時間等，皆會對酒的品質產生影響的環境因素，要求甚嚴。然而，臺灣中部氣候良好舒爽，水質優良、農產品種類多且產量豐碩可用於加工與釀酒，不論從從農產原料、水質到釀酒皆能生產出高品質且獨特風味水果酒，例如：臺中地區有東勢高接梨與葡萄，彰化地區有八卦山荔枝、二林葡萄，南投地區有信義梅子、埔里百里果…等，在優質農產原料優勢之下，使得酒的口感、色澤、亮度和聞味皆具有高水準。

而臺灣在開放民間釀酒之後，中彰投區域因周邊有許多特色景點，發展出許多休閒酒莊，目前全臺約有 13 家酒莊，中彰投地區即有 10 家，佔全臺 77%，臺灣中部休閒農業區儼然已成為帶狀之酒莊區域（農產品發展協會，2011）。下表為中彰投區域各酒莊所在地、盛產以及周邊景點。

表 7-2-1　中彰投區域酒莊所在地、盛產以及周邊景點

縣市	酒莊名稱	地方	盛產	周邊景點
臺中市	松鶴農產品酒莊	后里區	葡萄酒	月眉糖廠
	大安鄉農會酒莊	大安區	葡萄酒、芋泉香酒、梅子酒、米製酒	溫寮紅樹林區、溫寮漁港、大安水蓑衣復育區、鷺鷥棲息林地、河口生態區
	石圍牆酒莊	東勢區	梅子酒、葡萄酒、梨子酒、米製酒	石岡水壩、東豐自行車道
	太平酒莊	太平區	荔枝酒、枇杷酒、龍眼酒、楊桃酒、葡萄酒	太平蝙蝠洞風景區、酒桶山
	鐵道之鄉酒莊	豐原區	葡萄酒、梨子酒、蜂蜜酒、米製酒	東豐綠廊、后豐鐵馬道
	霧峰農會酒莊	霧峰區	米製清酒	林家萊園、省議會
	樹生休閒酒莊	外埔區	葡萄酒	月眉育樂世界
彰化縣	美柏休閒農場酒莊	二林鎮	葡萄酒	仁和宮、木麻黃綠色隧道、鹿世界觀光牧場、香福田蕎麥花海、葫蘆庄、美柏休閒農場
	快樂酒莊	二林鎮	葡萄酒	
	戀戀葡萄園酒莊	二林鎮	葡萄酒	
	竹林酒莊	二林鎮	葡萄酒	
	二林酒廠	二林鎮	葡萄酒	
	金玉湖酒莊	二林鎮	葡萄酒	
	金鴻勝酒廠	二林鎮	葡萄酒	
	清驛泉酒莊	二林鎮	葡萄酒	
	鵬群行酒莊	二林鎮	葡萄酒	
	益長酒莊	二林鎮	葡萄酒	
南投縣	南投酒廠	南投市	水果酒、葡萄酒	鯉魚潭、地理中心碑、中臺禪寺、臺一種苗、紙教堂
	埔里鎮農會酒莊	埔里鎮	玫瑰花酒、百里果酒、五葉松酒	
	埔里正龍酒莊	埔里鎮	水果酒、甘蔗酒	
	車埕酒莊	水里鄉	梅子酒	大觀古隧道、明潭發電廠、明潭水庫、車埕車站
	奕青農場酒莊	水里鄉	梅子酒	
	東埔玉山酒莊	信義鄉	梅子酒	玉山、東埔溫泉區、久美部落、天空農場、風櫃斗、新鄉部落、望鄉部落、羅娜部落、梅子夢工廠
	信義鄉農會酒莊	信義鄉	梅子酒	

資料來源：本計畫整理

故可以自行車活動可結合中彰投區域各在地農產與休閒觀光資源，規劃能串聯酒莊之主題體驗旅程，提高產業與休閒觀光產業能見度，帶動帶動地方商機發展，並且出版中彰投區域酒莊暨景點觀光導覽手冊，使自助旅遊的遊客可藉由手冊的介紹及引導，瞭解各地方酒莊產業的發展與酒莊店家資訊，前往的地點進行

消費。以下為依序說明臺中市、彰化縣、南投縣農村酒莊主題自行車慢遊路線：

(一)臺中市農村酒莊主題自行車慢遊路線

臺中市擁有全世界知名的自行車製造商及各地知名的自行車零組件工廠，若能將農村酒莊與自行車加以整合，將能共同提昇自行車相關產業、農產業以及幸福城市意象。然而臺中市農村酒莊分散在各鄉鎮，應先分為兩區發展農村酒莊主題自行車慢遊：大外后豐酒莊區、太平霧峰區(圖 7-2-3)。

「大外后豐鐵路酒莊區」在既有的神雅潭、后豐、東豐鐵路自行車道發展下已有雛型，沿路經東勢、石岡、豐原市，車道兩旁實施綠化沿途風光秀麗，未來可規劃延伸至外埔區與大安區的大安濱海自行車道串聯，自行車沿路經過石岡水壩、車籠埔地震斷層、石岡車站、情人木橋與花樑鋼橋等，再整合鐵道之鄉酒莊、石圍牆酒莊、松鶴農產品酒莊、樹生休閒酒莊，將自行車與農村酒莊緊密連結，提供前往的民眾參觀酒窖與釀造美酒過程，參與專業品酒課程，穿越葡萄園四季風貌，以輕鬆生活化的方式深入當地農村生活。

「太平霧峰區」目前有三公里的太平新光自行車道，太平自行車道有別於豐鐵路綠廊自行車道的平坦路線，頭汴坑酒桶山自行車道屬於挑戰型、越野型的自行車道，未來可配合太平酒莊與霧峰農會酒莊，以及周邊酒桶山、林家萊園、蝙蝠洞風景區等觀光景點，延伸太平新光自行車道至霧峰。

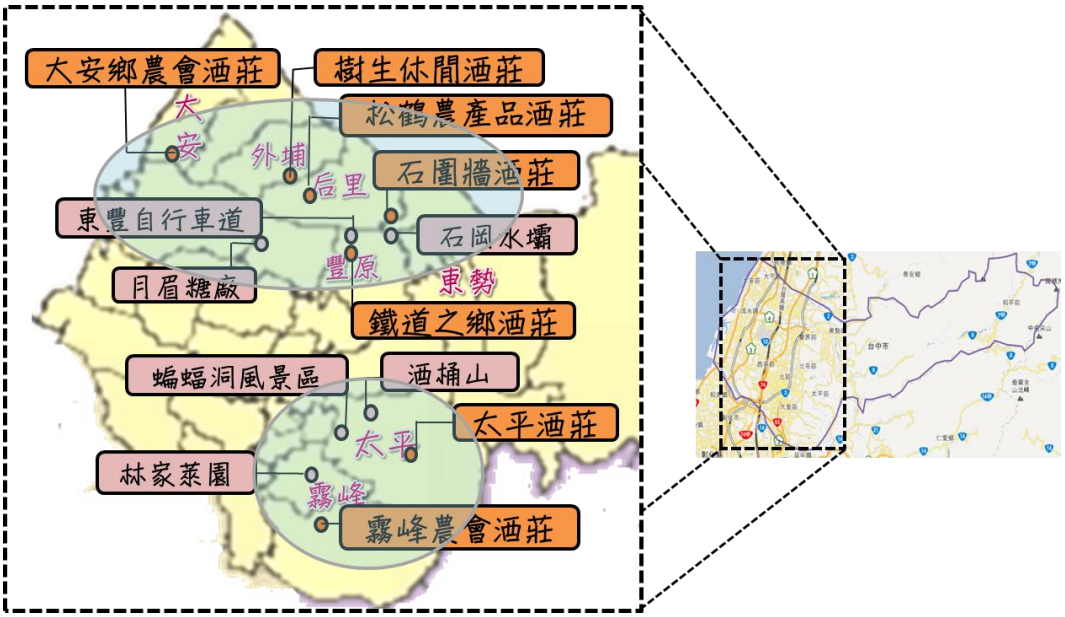


圖 7-2-3　臺中市農村酒莊暨周邊景點路線示意圖

(二)彰化縣農村酒莊主題自行車慢遊

彰化縣二林鎮是全臺灣生產釀造葡萄酒最大產區，也是全臺灣酒莊發展密度最高最集中的酒莊鄉鎮，主要集中在二林斗苑路兩旁，共有十間特色農村酒莊(圖 7-2-4)。可配合每年夏季六月與七月與冬季十一月與十二月的葡萄作物產季，以及秋天香田里的米香福田蕎麥花海文化季，整合周邊具特色的農村與鹿世界觀光牧場，規劃彰化二林農村酒莊主題自行車之旅的套裝行程。

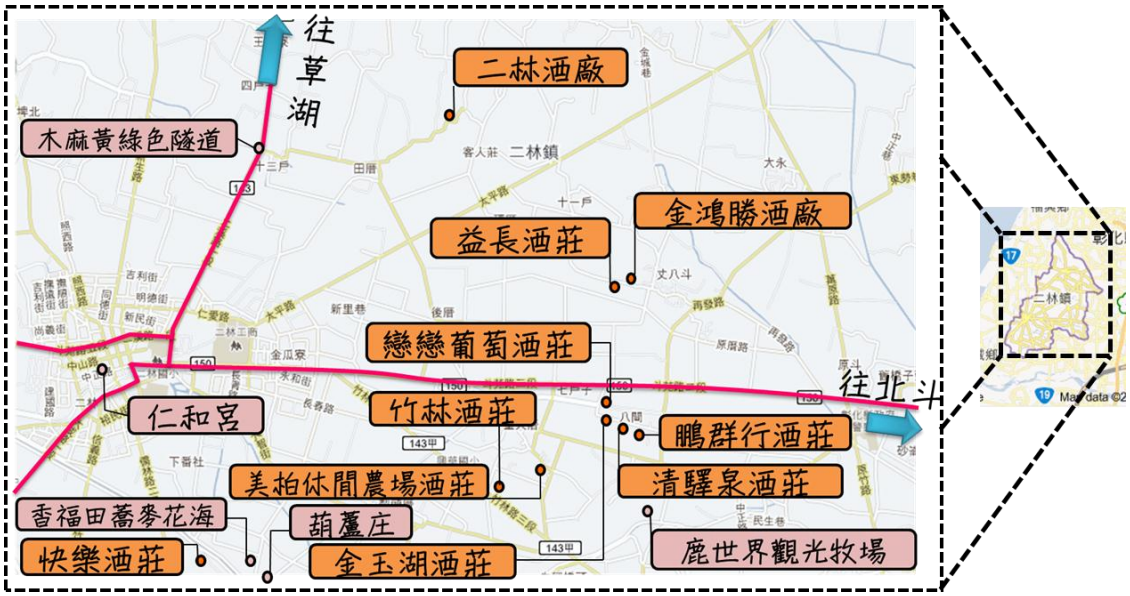


圖 7-2-4　彰化縣二林鎮農村酒莊暨周邊景點

(三)南投縣酒莊主題自行車慢遊路線

南投縣目前共有七個酒莊，目前南投縣各鄉鎮皆有配合周邊景點設置自行車道，七個酒莊主要分布於南投市、埔里鎮、水里鄉、信義鄉這四個鄉鎮(圖 7-2-5 與圖 7-2-6)。

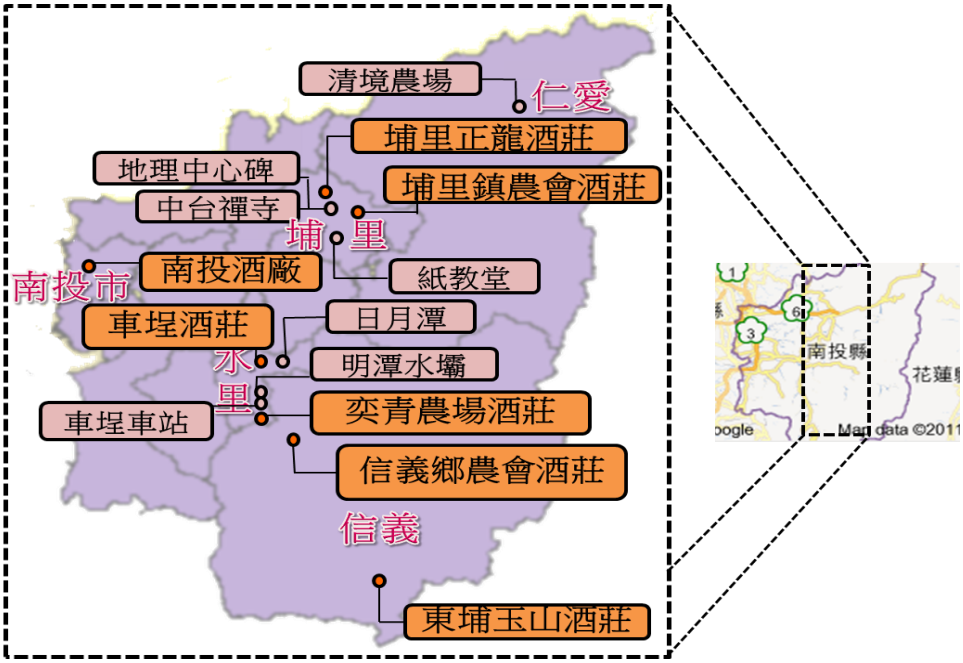


圖 7-2-5　南投縣農村酒莊暨周邊景點路線示意圖

資料來源：南投縣政府自行車悠遊網/本計畫整理

圖 7-2-6　南投縣自行車道暨農村酒莊周邊景點

南投市有貓羅溪自行車道與同源圳自行車道。貓羅溪自行車道起點自貓羅溪畔的綠美橋旁，而同源圳自行車道則沿著南投市同源圳堤道。貓羅溪自行車道附近有南投酒廠，南投酒廠收購全臺盛產之水果，釀製各種特色水果酒，目前南投縣政府將每年三月的第四個禮拜六更被定為南投酒廠水果酒節，並舉辦園遊會。

另外，南投縣在埔里鎮、水里鄉與信義鄉則有許多盛產梅子的農村與酒莊，並整合當地原住民部落文化，將當地特有的民俗表演與生活文化構成商品元素，帶動南投縣產業觀光，電影海角七號的「馬拉桑」小米酒乃出自於信義鄉農會酒莊，因此可另強化具特色文化的部落自行車道，將部落文化與部落農村酒莊結合，發展不同臺中市與彰化縣的部落農村酒莊自行車之旅，提供民眾在地觀光另一項選擇。

二、農業花卉主題自行車慢遊路線

目前全球花卉市場，貿易產值高達一千億美元（邁阿密臺貿中心，2010），由於花卉消費是國家文化指標之一，能輔助塑造都市景觀良好意象的商品，吸引更多的觀光客來到城市。臺灣的花卉產業歷史悠久，以彰化縣為最早種植花卉的地區，花卉是一種非常集約的栽培農業，單位生產面積的價值高。

從我國花卉生產總面積來看，民國九十九年花卉生產總面積為 4,419.64 公頃，最主要生產地區為彰化縣、臺中市、南投縣、屏東縣、以及臺南市，全省花卉主要的產地均集中在臺中以南，其中臺區域花卉生產面積合計就佔全臺花卉總生產超過五成之面積（表 7-2-2），中彰投區域的花卉園藝發展擁有許多的優勢，為臺灣主要花卉苗木的生產及外銷區域（表 7-2-3）。此外，中臺區域擁有豐富的觀光休閒資源，結合花卉、其他農業資源與自行車道，使得中臺區域成為我國花卉、觀光、休閒的好地方。

表 7-2-2　我國花卉生產種植面積前五縣市排列

縣市名稱	種植面積(公頃)	占全臺（%）
1. 彰化縣	**1,277.35**	**28.9**
2. 南投縣	**627.95**	**14.2**
3. 臺中市	**626.85**	**14.2**
4. 屏東縣	508.00	11.5
5. 臺南市	308.74	7

資料來源：農情報告資訊網

表 7-2-3　臺灣外銷花卉簡介

品種	主要產地
火鶴花	**南投**、臺南、嘉義、高雄、屏東
文心蘭	桃園、**臺中**、**南投**、屏東、臺南、嘉義
設施多花菊	**彰化**、雲林
萬年青	宜蘭、**南投**、屏東
馬拉巴栗	**彰化**、**南投**、屏東
彩色海芋	臺北、桃園、**臺中**
蝴蝶蘭	**臺中**、嘉義、臺南、高雄、屏東
百合	**臺中**、**彰化**、**南投**、雲林
洋桔梗	**彰化**、嘉義
唐菖蒲	**南投**、雲林、高雄、屏東
蘇鐵	**彰化**、雲林、臺南
人參榕	**彰化**、雲林、高雄、屏東

資料來源：農委會資訊網

(一)臺中市新社與后里花卉主題自行車慢遊路線

新社花海是農委會種苗改良繁殖場經營第二苗圃，是中部地區重要一座花卉景點區，種植花卉有薰衣草、鼠尾草、波斯菊、向日葵、一串紅、醉蝶花、四季海棠等花種，而因可結合周邊壯闊的山景，並將花海活動結合新社自行車道，擴大休閒產業發展，吸引國內外觀光人潮，創造花卉經濟效益。

新社自行車道是臺中市最長幅員最廣的自行車道(新大南系統 17.5 公里、水井七分系統 25.3 公里)，以網狀的路線規劃設計，遊客可自由選擇路線(圖 7-2-7)，不同的季節沿途可欣賞不一樣別具特色的民宿及庭園咖啡、季節性作物或花卉的農村風光，如春天時可見到山櫻花、梨花等，冬天則可見到聖誕紅、桃花、梅花，夏天有蓮花、荷花，秋天有向日葵，不同的季節有機會看到農民所哉種的季節性作物或花卉。

資料來源：臺中市政府觀光旅遊導覽網

圖 7-2-7　新社自行車道示意圖

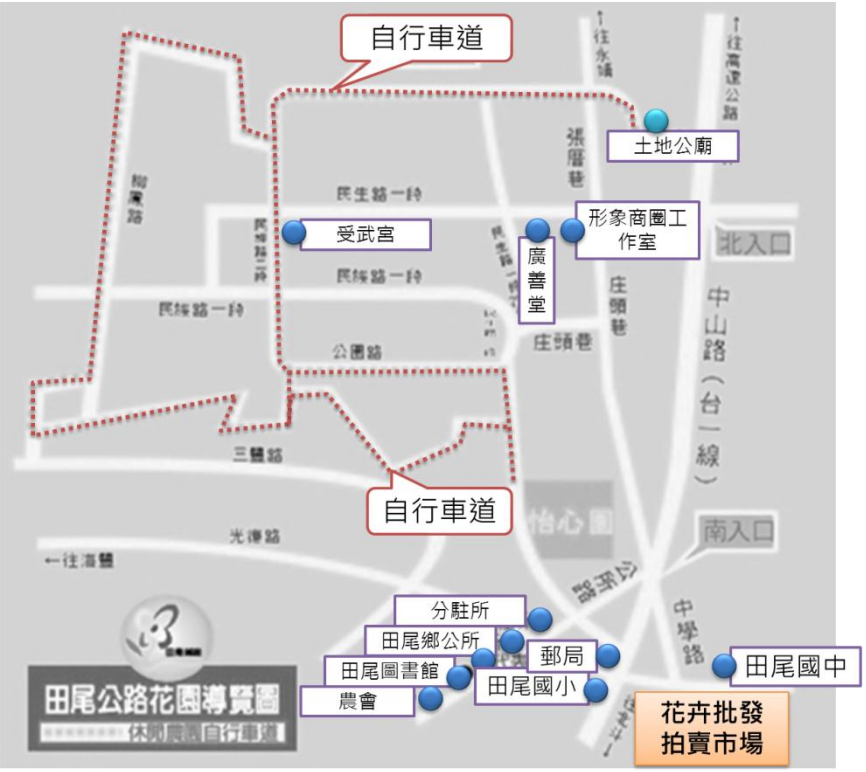
臺中市后里區種植花卉有百合、鬱金香、劍蘭、文心蘭、火鶴、海芋等，后里每年皆舉辦大型的花卉節，其中后里中社觀光花園(市)乃為臺中市最大的批發市場與園區。而后里中社觀光花園北面臨火炎山，南接泰安舊火車站、泰安鐵道文化館、后里馬場及昆盧寺，因此可從遊玩園區還能觀賞到火焰山惡地形自然景觀，另再結合舊山線泰安、勝興火車站的鐵道文化園區，以及后里馬場等觀光文化景點，將花卉以創意擺飾的方式，展現后里花卉產業的精緻成果。

資料來源：臺中市政府觀光旅遊導覽網

圖 7-2-8　后豐自行車道示意圖

(二)彰化縣田尾花卉主題自行車慢遊路線

中彰投區域花卉生產豐碩，內外銷成績亮眼，而其中以彰化縣田尾鄉花卉園藝作物遠近馳名，主為生產苗木、盆栽，其花卉專業區面積更廣達約 113 公頃，其品種與數量皆冠居全國，田尾鄉素有「花鄉」之美稱。彰化縣近年來也積極將傳統花卉產業結合觀光產業行銷發展，透過舉辦花卉展、景觀展、盆栽展及嘉年華會等活動，並且打造公路花園與田尾公路花園自行車道(圖 7-2-9)，公路花園為盆栽苗木生產專業區，是全臺灣最大的花卉樹木盆栽集散區；田尾公路花園自行車道，全長 7 公里，途經打簾、溪畔、柳鳳田尾四村與公路花園、園藝特定區，沿途可經私有花園近 250 家及 300 公頃花卉田，而路途中設有自助採花農園三處，全年因應不同季節供遊客採花，成功吸引遊客營造旅遊新據點。



資料來源：田尾鄉公所全球資訊網

圖 7-2-9　田尾公路花園自行車道

中彰投區域可在彰化縣田尾鄉花卉發展的基礎之下，以博覽會方式集結臺中市與南投縣的花卉資源，傳遞賞花、養花、買花、用花等資訊，另可在各縣市規劃的自行車道中結合發展在地農產花卉休閒園區，將在地花卉產業結合觀光產業發展，帶動了觀光、民宿等需求，同時也，帶動鄰近鄉鎮農產或相關商品產值倍增，以提昇中部城市區域國際知名度及國人生活品質。

(三)南投縣花卉主題自行車慢遊路線

南投縣為我國主要花卉生產區域，花卉總生產面積僅次於彰化縣，列居全國第二，其中又以埔里鎮規模最大。埔里鎮又以百合、玫瑰、蘭花、非洲菊等高級切花生產為主要生產地。然而，埔里鎮已發展建置花卉特產中心，因位於國道 6 號埔里交流道旁，交通便利，又因埔里花田是丘陵地形有別於一般平地式的花農田，因此可規劃整合南投縣各鄉鎮各色花卉、酒莊之農地農村，結合自行車道慢遊，以埔里的好山、好水、好酒、花香飄之意象強化農村休閒遊憩功能，吸引更多觀光人潮，提昇地方農產經濟效益。

埔里自行車道，起自溪北堤防溪北橋，繞行半個埔里一圈，全程約十一公里(圖 7-2-10)，配合花卉季節沿線可以欣賞到花田、酒莊、茭白筍田、菇類

農場等當地特有農產農村風光。

圖 7-2-10　埔里鎮自行車道暨花卉特產中心

肆、交通運輸環境

自行車產業是臺灣近 50 年來發展得非常成功的產業之一，以中臺灣區域為臺灣自行車產業的重鎮，主要分佈在臺中市以及彰化縣，以生產自有品牌的巨大、美利達、愛地雅車廠為首，以及周邊零組件、保養用品、騎士用品廠商，共同組成完整的自行車產業供應練。臺灣民眾的自行車持有率也是逐年提高，尤其近年來自行車產業朝向精緻化、高價化的產品區隔策略，使得我國自行車產業亦從低單價的代步工具，轉型為追求高品質、高舒適以及高附加價值的產品，產業前景看好。

而臺灣目前對於自行車並無新增訂專門法規，根據公路法的規定，自行車為慢車的一種，必須行駛在道路上與行人有所區隔，同時也在道路交通標誌標線號誌設置規則中新增與自行車道相關的設施設置規定；在自行車的分類方面，經濟部標準檢驗局根據自行車功能之不同分為童車（kid/s bike）、公路車(Recing

bike)、登山車(Mountation bike)、旅行/城市車(Trekking/city bike)、折疊車(Folding bike)五大類，用於競技的為公路車(Recing bike)，其他種類的自行車皆不適合作為競速比賽之用，但可作為非競技競賽或是無關勝負之比賽活動之用，依目前全世界自行車蓬勃發展的情況來看，亦可考慮舉辦這類型的活動，可拓展自行車事件經濟的範疇。

由於騎乘自行車時，整體重心偏高，且身體晃動，造成在高速時不易操控的特性，因此近年來自行車的安全問題，亦是一個常被提出討論的重點。政府提倡人本運輸已有多年，自行車由於可及性高、無機動車輛排放廢氣的問題、騎乘技巧及年齡限制低等特性，最適合作為政府打造低碳城市的運具之用，但根據學者研究指出，以事故的發生率而言，整體交通事故與自行車事故以晚上較多，以高風險族群而言，男性、未成年或是大於 65 歲，自行車事故發生數較多。故政府或是各單位在舉辦自行車相關活動時，對於活動目的，以及參與者中高風險族群，都應特別留意與注意。

在上述前提之下，以下將分別依據本研究團隊所研擬的「大臺中自行車競技暨國際會展」中各項活動，提出交通環境方面的配套規畫：

一、東亞運自由車熱身賽

共有：

1.臺中公路長途賽
2.彰化公路長途賽（或員林自行車園區競技場場地賽）
3.南投日月潭環潭公路賽
4.臺中城市繞圈賽

在這四種賽事中可看到幾乎都為公路賽，其中一個為市區內道路，一個為日月潭風景區道路，其餘二個皆橫跨市區及郊區公路，以下茲分為「人、車、路、環境」四大項加以探討配套機制：

(一) 人

以參賽者的集中與分散管理為首要，由於自行車為人力車的一種，無法久騎，故參賽者只有兩種選擇：自行開車並運送參賽車輛至比賽場地，以及在比賽場地附近住宿，直接騎參賽車輛至比賽場地。從這兩種情境下去考量，

皆存在停車問題以及接駁問題，故需要從住宿管理開始，主辦單位是否提供住宿，或是建議住宿地點或範圍；再到接駁規劃，由於自行車上下公車都不方便，所以是否打造特定的接駁方式：例如人車分離運送，或是不提供特殊的接駁服務，以自己騎參賽車輛至比賽出發地為主，都需要主辦單位仔細考量；最後才是考量停車問題，以符合提倡自行車運動的宗旨，同時也是為辦活動聚集人潮而考量，儘量減少對周遭非活動區域的交通衝擊，從目前規劃的路線來看，只有從水湳經貿園區自行車展覽館出發，附近才有足夠的停車空間供工作人員以及參賽者使用，且在住宿考量以及接駁考量之下，水湳經貿園區都是一個很適宜的出發地點。

(二) 車

舉辦公路賽事勢必會影響到民眾日常的使用，所以可以比照舉辦路跑活動時的交通規劃、交通維持計畫辦理，不管是私人運具或是大眾運輸在賽事期間都必須改道或是單邊通行，所以在賽事前的宣傳期間就必須對民眾多加宣導，對於受到賽事影響的公車路線，事先規劃替代路線，以及繪製路線圖於沿線站牌以及車輛上，告知並提醒民眾改道訊息。並應取消、禁止比賽路線內的路側停車，以防止意外或是不必要的紛爭。

在臺中市區內還需要考量到 BRT 的限制，由於 BRT 屬於 A 型路權，就算是舉辦活動也不應與其抵觸，而且 BRT 也無法像市區公車可以有改道的選項，所以在比賽的路線規劃上應避開與 BRT 相交，但以臺中市交通局規劃的 6 條 BRT 路線來看，除非 BRT 路線未來為高架形式，否則實難避免與比賽路線相交，或許可以考慮搭建臨時性的自行車陸橋，不然就只能在賽事期間內給予 B 型路權，或者為了安全考量直接在該時段內停駛。

(三) 路

由於自行車的車胎寬度僅數公分，甚至公路車的輪胎更細，與地面接觸寬度不到 2 公分，所以對於路面裂縫、破裂、破洞極為敏感，且若因路面顛簸造成騎乘時震動，也會影響安全，因此自行車比賽所需要的鋪面等級極高。故要舉辦公路賽之前，必須要確保比賽路線內的鋪面平整，以臺灣頻繁的挖路情況看來，一定會有某些路段在賽事前需要銑刨加鋪；不需銑刨加鋪的路段也需要檢視路面的人孔、手孔蓋，不得與路面產生高低差，同時並在周圍以明顯顏色標記，以利參賽選手注意及閃避。

(四) 環境

主要在預防環境對於選手造成的危害，風力以及太陽光都會對於安全造成影響，所以在路線的選定後，一定要實際踏勘過，甚至是直接騎一趟，從自行車選手的視野來瞭解有哪些潛在的環境危安因素，也要預先設想比賽時因為選手眾多會造成視野、視距不足，故某些指標或是警告標誌，會需要加設，以免發生沒看到指標的情形。由於騎乘自行車時重心較高之緣故，如果路線中有經過橋樑段，必須要將橋樑的護欄高度加高，以防止事故發生時墜落橋下。因此，就整體自行車競賽環境而言，需參照相關國際規格，由「臺中市東亞運籌備委員會」與本案建議之「大臺中自行車競技暨國際會展推動委員會」針對本計畫所規劃的競賽路線與相關軟硬設施做進一步的檢視，以了解實際狀況是否符合國際競賽要求，並提出後續的改善與建設計畫。

二、大臺中自行車月

目標是從目前的無車日將時間拉長擴展到一個月的期間，且打造自行車城市的概念，國內城市例如臺北、高雄等，國外城市例如巴黎、杭州等，都有相同的規劃，可以用點、線、面的方式來考量：

(一) 點

在合適之處設置公用自行車租賃據點，可以考量觀光據點、大眾運輸結點、商業據點、登山步道、公園等處，只要據點夠多，及戶性、可及性提高，輔以租金的優惠措施，民眾自然樂意使用。以巴黎為例，自 2007 年起至今已有 1200 個據點、20,000 輛車，租車者必須支付年費廿九歐元，或單周租金五歐元，或單日一歐元。但每次租車前半小時免費，半小時以上未滿一小時收取一歐元。超過一小時後費率大幅增加，租車兩小時要收七歐元。所以造成短程通勤（30 分鐘內）民眾皆大量的使用公用自行車，對於減少都市內的碳排放量有顯著的幫助。

(二) 線

要用自行車專用道來串連各租賃點，而不能僅以一般道路，理由如前所述，自行車的安全問題日益重要，尤其臺灣地區的車輛駕駛相對於國外來說，有很高的人數比率缺乏駕駛道德，而且以巴黎為例，也會吸引單車生手或粗心騎士騎車上路；自行車一旦與車輛發生碰撞事故，傷亡嚴重程度較高，因

此有必要額外劃設自行車專用道，並用高低差或是交通島方式加以實體分割，但由於道路寬度有限，此舉必會引起汽機車使用者、公車業者的反彈，有賴政府審慎思考與評估。

(三) 面

在點與線之後，在面的部分就是如何與大眾運輸系統連接，目前臺北捷運以及臺鐵電聯車都有提供自行車專用車廂，方便自行車友在運具轉換之後還能夠繼續騎乘自行車，未來臺中捷運將以 BRT 為主，對於是否適合提供自行車專用車廂，則是需視未來需求狀況而定。

三、臺中自行車博覽會

如同機工具及零組件公會阮副總幹事昌茂先生所言，工具機是中臺灣的特色產業，既然是地方的特色產業，就沒有必要拉去臺北辦展覽；相同的道理，自行車工業也是，既然如此，就沒必要去臺北展覽，而且在臺中舉辦自行車博覽會，可以把廠商以及參觀民眾直接帶往生產基地，除了製造廠商方便展示研發、生產過程，也方便買家掌握所要的貨物品質，這是在臺中辦展覽最大的優勢，也可預見將會如同 2010 年臺灣國際工具機大展一樣地成功。

而且自行車相關產業不只是周邊零組件而已，保養用品、騎士用品、安全設備都是自行車產業的一環，也有更多相關應用產業可以加入，例如 LED 車燈、電動腳踏車等。

所以自行車博覽會在交通運輸方面，所需要的配套就是將大眾運輸系統儘量建置完成，這同時也是臺中市打造低碳城市的目標，方便國外人士以及民眾參觀。活動旅次與通勤旅次，對於大眾運輸的營運以及使用率，都是相同地重要，因為同樣都是會吸引人潮的聚集，在民眾預期會塞車的心理之下，以及停車位難尋的狀況之下，參與的民眾一部份必然會選擇大眾運輸工具作為運具，而且活動旅次通常都是發生在上下班尖峰以外的時間，可以提昇非尖峰時段的大眾運輸搭乘率。所以可以在展覽期間加開臺中高鐵站及臺中機場至展覽會場的接駁專車，並且可以將路線設計為經過各大飯店、旅館，方便居住在外縣市的參觀旅客或是國外旅客搭乘使用。

伍、科技產業走廊發展

在激烈的國際競爭下，如何提昇整體競爭力最為核心的問題還是在於一個城市是否具備支撐整體發展的經濟能力，觀察中部區域內部產業資源及其空間發展，可歸納出工業型產業及地方型傳統產業兩種群聚，其中工業型產業乃為奠基中部地區整體產業發展動能，主要可區分為機械設備業、金屬製造業、電子零組件、傳統製造業及運輸工具等五大產業。過去由於政府推動及民間中小企業的配合，加上便捷的地理交通位置，臺中市及彰化地區的金屬加工及機械產業開始集中形成聚落，進而帶動中部製造產業形成專業生產區域與緊密的生產網絡，若沿著被稱為臺灣精密機械黃金縱谷的臺中大肚山腳下觀察，聚集著一千多家精密機械以及上萬家中下游供應廠商，成為厚植中部地區科技與傳統產業發展優勢之基石。此外，於中部地方型傳統產業也有許多特色聚落成形，例如臺中后里薩克斯風、彰化社頭織襪、南投竹山竹木工藝、埔里陶藝窯燒、酒品以及彰化新港交趾陶技術等傳統產業聚集深植於地方。(參見表 7-2-4)

臺中市基於中部科技產業城之優勢並配合達成國際低碳城市之目標，於產業方面將透過製造工業及相關產業聚落發展之基礎，協助推動「大臺中自行車競技暨會展活動」以期充分發揮出中部自行車產業聚落實力並達成事件經濟所預期帶來之效益，故以下將從中部區域自行車產業發展現況歸納分析出中部自行車產業之優勢以擬定「大臺中自行車競技暨會展活動」之配套機制與策略。

表 7-2-4　中部區域產業類別及聚落分布

縣市	產業類別	地方聚落
臺中市	● 金屬手工具、其他通用機械 、齒輪 ● 金屬切削工具機、木工機械設備 ● 手工具、金屬切削工具、運輸工具、印刷業 ● 通用機械、橡塑膠加工機械、機械傳動設備 ● 自行車及其零件廠商 ● 樂器	太平、大里 豐原、神岡 西屯 東區 大甲 后里
彰化縣	● 加工織襪 ● 水龍頭 ● 紡織、紡織、製鞋 ● 自行車零件 ● 金屬家具	社頭 鹿港 伸港、福興 和美 彰化市
南投縣	● 合成樹酯、工業用橡膠、手工具 ● 酒精飲料、造紙 ● 竹木製品	南投市 埔里 竹山

資料來源：本研究自行整理

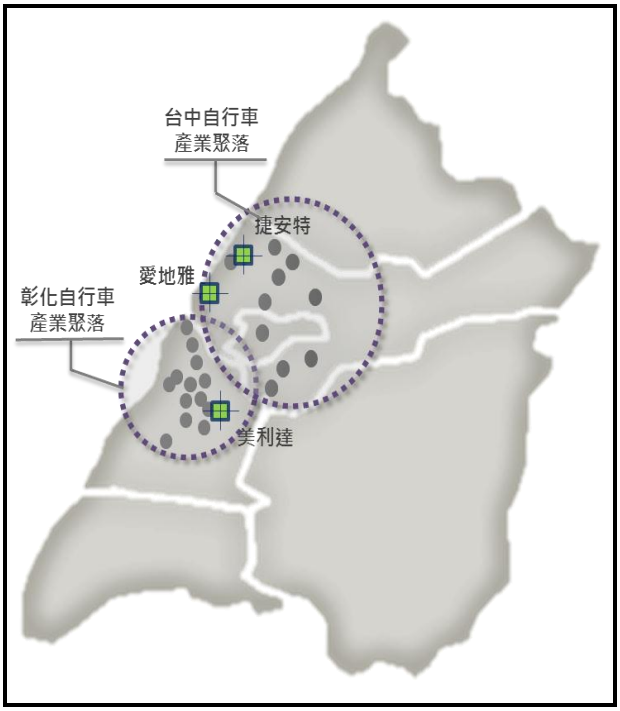
一、中部區域自行車產業發展現況

根據統計，臺灣自行車產業主要仍是以臺中市、彰化縣為最主要的自行車生產基地，中彰地區的自行車廠商家數約占全臺自行車廠商的六成以上，另外從自行車產量前三名成車廠來看，巨大（臺中）、美利達（彰化）以及愛地雅（臺中）車廠皆位於中部區域，而相關零組件廠商也因緊密的協力供應網絡多分布在臺中市與彰化地區(參見表7-2-5、圖7-2-11)，且由於中彰地區機械、手工具產業聚落發展歷史悠久，具備良好機械工業基礎，對於自行車製造過程需要各種機械與零組件加工技術具有很大助力，加上中部之區位鄰近性與產業群聚的效應，使上、中、下游廠商、客戶產生更具彈性與及時性的互動，進而促進中彰地區自行車產業的蓬勃發展。

表 7-2-5　中部地區自行車成車廠、零組件與其他相關配套廠分布地區

臺中市	彰化縣
原臺中市各區、大甲區、大里區、大雅區、太平區、豐原區、神岡區、外埔區、后里區、大安區、霧峰區	秀水鄉、溪湖鎮、鹽埔鄉、鹿港鎮、伸港鄉、員林鎮、彰化市、和美鎮、福興鄉、花壇鄉、埤頭鄉、永靖鄉、埔心鄉

資料來源：呂依錡，2007，本研究自行整理



資料來源：本研究自行整理

圖 7-2-11　中部地區自行車成車廠、零組件與其他相關配套廠分布地區

針對中彰地區自行車產業發展能成為世界自行車王國，從自行車產業特性與中部區域資源歸納出以下三項優勢：

(一)中彰地區自行車產業群聚效果強健，具備穩固中衛體系網絡

自行車產業屬於配裝型工業，每輛成車皆須透過不同上、中、下游廠商協力完成，其涵蓋產業範圍包括金屬、橡膠、合金、塗料等產業技術(表 7-2-6)，而在中部地區從零組件廠、整車廠及貿易商聚集所形成緊密的網絡關係，正是建構了中彰自行車產業地位的關鍵。若從全臺灣自行車產業之五大中衛體系關係來看，北部區域有太平洋、航太兩大核心，中部為巨大及美利達，南部則為旭光一處核心結合相關廠商形成核心工廠，其中又以中部巨大機械公司為中心的中衛體系占最大規模，由此可知中部區域具備最穩固的自行車產業中衛體系網絡，透過核心工廠帶動協力廠商強化生產力以及廠商地理區位鄰近聚集的雙重優勢，塑造出中彰自行車產業的強大競爭力。

表 7-2-6　自行車上中下游產業關係表

上游	中游	下游
鋼材、鋁合金、其他合金、油漆塗料、橡膠	車架、大齒輪、花鼓、鏈條、飛輪、煞車器、變速器、手	成車

資料來源：經濟部技術處，2003

(二)具備國際級自行車生產、研發技術水準

中部地區自行車產業發展從過去 OEM、ODM 轉變為 OBM 的過程中，透過經驗、知識與技術的累積獲得關鍵競爭優勢，在過去早期委託代工時期與設計製造時期，臺灣自行車產業主要以量取勝，直到大陸與東南亞國家以低廉成本取代後，自行車產業才重新思考轉型策略，發展自有品牌。中彰地區自有品牌廠商包括巨大機械、美利達，透過過去行銷市場通路、掌握研發能力，於產品的生產設計上逐漸重視新材料的使用與用途多樣化的設計，利用中高階市場定位打造品牌形象進入國際市場，也使中彰地區逐漸轉變為臺灣自由品牌的運籌中心。而自行車產業相關組織如自行車研發中心、中衛發展中心、工研院等組織也在自行車產業代工時期即投入研發，針對中部自行車

產業於生產技術與新材料的使用上具有相當大的助力，透過多方推動下，使中部自行車產業逐漸升級走向高科技化，具備國際級生產、研發技術水準。

(三)中部地區自行車產業透過組織型態連結，促進自行車產業整體發展形象

臺中自行車產業能夠於全球生產網絡中立足，最主要為中部地區自行車相關協力產業之網絡穩固強大，除了上述各中衛體系對於生產技術的連結外，透過自行車輸出同業公會(TBEA)的活動以及臺灣自行車協進會(A-Team)等組織的交流下，凝聚共同目標並強化自行車產業合作關係，建構中彰地區自行車產業整體發展形象，進而將產業價值留於地方。

二、「大臺中自行車競技暨會展活動」之配套機制與策略

從上述可知自行車產業於臺中地區是為相當動態發展的優勢產業，透過產業聚集與中衛體系的雙重優勢及各種組織型態的維繫下，累積了包括技術性資產、社群組織力量、空間聚集保留地方價值等優勢，讓自行車產業成為中彰地區具有相當競爭優勢的特色品牌，故若考量臺中特色產業規劃出「大臺中自行車競技暨會展活動」，則能充分發揮自行車競賽活動與會展活動之效益，同時進而突顯中部產業特色、行銷中部產業資源。於此，針對臺中市推動之「自行車競技暨國際會展」活動於中部產業方面所提供的配套機制與策略建議如下：

(一)結合中部地區自行車相關產業資源，協助會展及各項賽事進行

目前中彰地區知名自行車廠牌巨大機械、美利達公司都有贊助車隊的活動，不但可從比賽中更了解產品從材料、設計到結構上更求精進，亦可透過賽事及會展的關注，提昇中部地區自行車產業知名度。此外，透過賽事與會展的舉辦，還可串聯中部許多產業資源協助進行，如從賽程的攝影與轉播、雲端科技資料庫對於賽事與會展資訊的提供、計時晶片系統、體育產品、運動補給品及安全救護產品等資源的輔助提供，並透過自行車相關協力廠商與各大自行車隊的合作配合下，協助完成大臺中自行車競技與會展活動，達成行銷大臺中產業、低碳、文化觀光整體都市意象。

(二)自行車相關產業活動結合低碳城市概念，共同型塑「大臺中永續・低碳・自行車城」之形象

為配合臺中市政府推廣節能減碳以達成國際低碳城市之目標，建議於自

行車產業活動或相關大眾休閒活動時，應結合低碳城市概念共同行銷塑造大臺中永續、低碳、自行車城之意象，除了透過活動的舉辦提供民眾參與體驗外，於自型車產業相關活動上，如對於研發、設計等探討皆應融入未來永續、低碳之發展趨勢，使其成為產業之共同意識，例如可透過自行車相關產業之論壇活動，邀集產、官、學各界相關學者、專家及廠商，共同針對「自行車產業未來發展」、「自行車結合低碳研發應用趨勢」及「自行車休閒產業結合城市觀光意象之推廣」等議題做交流與建議，並期望透過此類論壇活動對於資訊、知識與概念作相互的傳遞，激發產業結合新科技與新創意，帶領自行車朝向生活、休閒、運動領域發展，共同體現臺中市對於節能永續城市之目標。

陸、文化創意與觀光產業發展

根據前述「大臺中自行車競技暨國際會展」事件經濟方案內容，此部分在進行文化創意與觀光產業發展之相關配套機制與策略之研擬，乃希望透過此一事件經濟方案之執行，將文化創意發展概念與產業發展內化為觀光產業發展之項目，以發揮整體事件經濟對於大臺中城市發展最大綜效。因此，針對臺中市推動之「自行車競技暨國際會展」事件經濟方案，在文化創意與觀光產業發展之配套方案主要規劃如下：

一、大臺中自行車會展觀光套裝遊程發展

配合臺中自行車國際會展，進行會展觀光配套機制相關規劃，透過會展觀光可建立城市獨特之風格與城市品牌意象。國際會議展覽產業所帶動的相關產業發展、就業機會的增加，及所產生的成數效應效果，是非常的可觀的。而會展觀光所牽涉的觀光旅遊產業，包含：運輸、旅行社、餐飲、旅館等，背後的經濟效應不可忽視。未來在臺中水湳經貿園區興建完成後，透過園區內大型會展場地，配合國際星級飯店的進駐，將可解決未來大臺中地區在舉辦大型會議展覽時，面臨到展場空間不足，與飯店房間數不足的困境。

本配套方案根據 2007 年臺中市政府委外規劃的「會展觀光環境整備計畫」中，所提及中市會展觀光資源將規劃為七大區塊，包括世貿展覽交流區、產業物流運籌專用區、國際會議觀光都心、經貿與教學園區、會議休閒觀光廊道、精密機械科技園區、臺灣建築設計與藝術展演中心。其中本方案以國際會議觀光都心

與會議休閒觀光廊道為本計畫發展核心主軸，並根據相關基礎資源之整備，進行後續措施之擬定

另外大臺中在縣市合併後，觀光資源已重新整合，將高山溫泉與山林體驗、歷史人文的史蹟、節慶活動、地方產業觀光體驗、文化創意產業等，置入與發展出多樣化的套裝遊程觀光路線。透過觀光資源基礎調查與分析，進行觀光資源的整體規劃與建設，以主要旗艦型觀光資源點，搭配鄰近周圍衛星型觀光資源（如圖 7-2-12 所示）。也可將觀光行程延伸至鄰近縣市，如苗栗縣、南投縣、彰化縣等，增加觀光吸引力，並可建立完整觀光資源遊圈。

同時可根據資源類型的不同與會展觀光客群的各種需求，搭配出多樣化的套裝旅遊路線，如短時程的 1 日遊程，或長時程多日遊程進行；或可以資源主題方式進行遊程安排，如享受天然薰陶的自然生態遊程、或知識加值的人文歷史遊程，提供給會展觀光客群進行選擇。

另外，可將上述資訊透過雲端資料庫與網站的建置進行資訊的傳遞，同時可將此數位匯流資訊視為會展客群接觸臺中市的虛擬門戶，透過網站，會展客群可以進行相關觀光資訊的閱覽、各項會議行程內容、旅遊行程事務的安排等。

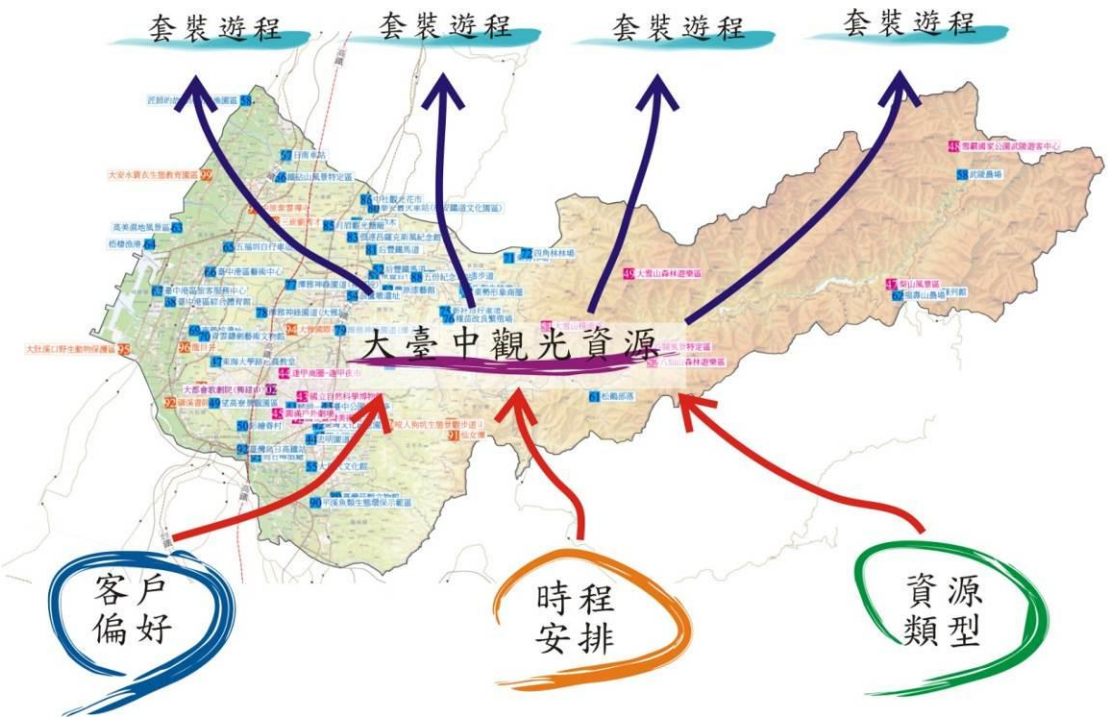


圖 7-2-12　會展觀光套光旅遊方案發展示意圖

二、行腳大臺中

在都市人口日趨增加下，都市毫無限制的擴張，對於整體生態環境將造成極大的衝擊，同時人類並無法背離自然生態而生存，因此低碳環保的概念需融入城市的整體發展規劃中，在原有的臺中市城市發展，從日據時代的規劃下，擁有多條環狀綠帶與藍帶，其中最為著名的為從國立科學博物館至國立臺灣美術館間的帶狀經國綠園道，目前也以「綠園道 - 都會綠帶再生」為題，獲選交通部觀光局「競爭型國際觀光魅力據點示範計畫」補助。希望透過綠軸的再造，帶給大臺中全新的風貌。

因此，在縣市合併之後，大臺中的都市發展需要重新的加以檢視，未來透過大臺中自行車整體路網的建置，將自行車視為都市綠帶的延伸，擴大都市綠帶的範圍，將自然、人文、環保、遊憩四大理念轉化進行自行車整體道路系統的規劃（如圖 7-2-13 所示）。

同時，自行車道本身即帶有濃厚的區域特性，可進行自行車道系統周圍相關自然生態及人文歷史基礎環境調查、自行車道使用者族群調查、各區域自行車道路系統管理負責人員訪談、自行車道休憩點遊憩活動分析，瞭解各自行車道課題與訂立因應策略。爾後進行自行車道硬體建設，包含車道鋪面形式、標線與整體指示標誌設立，休憩點的設立以及主要交通節點轉運系統的搭配，並依照各自行車道之自身條件賦予各自行車道特色，如環市型自行車系統，如興大園道，主要功能在於提供自行車道臨近民眾日常或假日休憩之用。

透過車道硬體建設，搭配周圍商業行為的營造，建立起都會車道一種愉悅放鬆的氛圍。而在河堤型自行車道系統，如旱溪自行車道，可歸類於自然型主題自行車道，除提供自行車道周圍居民使用外，還可附加河岸生態教育之功能，導入環境生態調查之資料，可於自行車道沿線休憩定點樹立生態解說牌，可使使用自行車道的民眾瞭解自然環境與提昇車道使用趣味性。

除了上述自行車道硬體建設外，活動的導入可帶動提昇自行車道的使用率，可將各主題自行車道系統，以「暢遊」做為基礎核心，透過主題性或時間性的方式，搭配既有年度活動，例如中臺灣音樂美食文化節，或單獨活動的推廣，如臺中市各區小型音樂、藝術展演饗宴或地方特色展業，達到暢遊與慢活的目標，並可與前述會展旅遊套裝行程方案相互結合，豐富自行車旅遊行程。並可搭配雲端資訊技術，透過智慧型手機瞭解各車道系統路線、鄰近觀光遊憩資源、目前氣候

狀況，並可投過即時動態攝影機，知悉目前車道環境現況。

而在車道後續經營維護層面上，可以採取獎勵企業認養維護、鄰近社區共同認養維護、委託民間經營維護方式，減少公部門在年度預算編列上的花費。

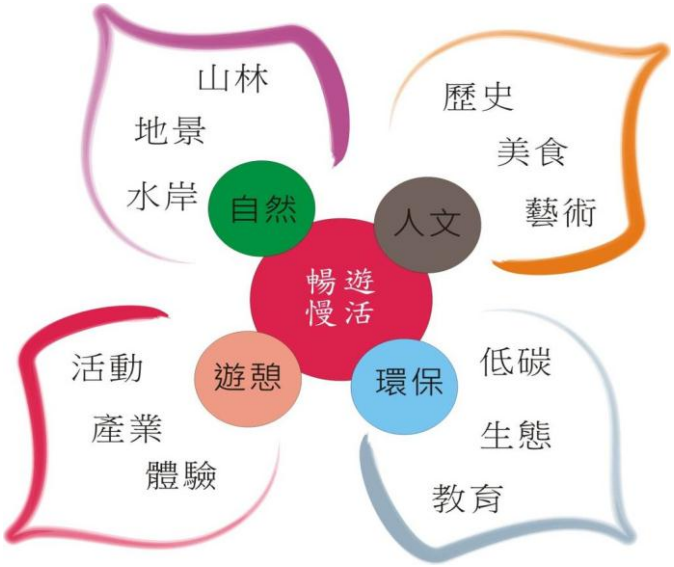


圖 7-2-13　行腳大臺中規劃理念圖

柒、都市更新結構更新

欲提昇城市競爭力，市容景觀美化為不可或缺的重要因素之一。臺中市推動自行車競技暨會展活動，預期將帶來廣大的觀光人潮及商機，此時正是形塑大臺中城市形象，提昇國際競爭力的重要時刻，遂本項目將配合事件經濟，藉由都市更新手法來提昇都市景觀、美化市容、推動環境綠美化等，引導都市再生、活化。

自行車競賽主要為線狀的活動，期透過線狀形成路網串連各地，帶動地區發展，然為了能在短期給參與選手、採訪媒體、觀光遊客等留下良好的都市印象，主要針對自行車競賽路線周圍進行探討，以期透過線型的改造更新，帶動整體市容美化。有鑒於此，主要更新方式依實際狀況分別建議採取重建、整建，其大致可區分如下：

一、拆除重建

配合自行車競技暨國際會展，本案針對自行車競賽路線沿線之土地使用現況進行檢討，而教師新村位於中港路旁，新光三越百貨對面，鄰近臺中市政府、臺中大都會歌劇院，為臺中市精華地段，亦為本次環市自行車道必經路線，然本區

自落成自今已有 42 年歷史，現況建物結構老舊窳陋、土地低度使用、街道狹窄，有消防安全上之顧慮，遂應劃定為都市更新地區。

教師新村更新地區面積約 10.28 公頃，其中包含第二種住宅區（4.21 公頃）、第三種住宅區（3.30 公頃）、第五種住宅區（1.93 公頃）、兒童遊戲場用地（0.18 公頃，已開闢）和道路用地（1.18 公頃）。然由土地使用現況來看，區內以住宅使用為主（佔 80.36%），其次為住商混合使用（佔 9.52%）、商業使用（佔 7.85%）、住工混合使用（佔 0.15%），其中住商混合與商業使用多座落於道路沿線。而在建物部分，區內建物結構多為磚造兩層樓建築，現況皆有人使用，鮮少空屋閒置。然在土地權屬上，區內主要以私有地為主（8.92 公頃，佔 82.59%），而公有土地有 1.88 公頃，僅佔 17.41%，主要分布於公園用地、道路用地等。

由市場開發潛力來看，本區坐落於臺中市目前發展最密集的西屯區，緊鄰臺中市中港路與七期重劃區，且隔中港路與近幾年地價最高的新光三越百貨對面，遂其未來不論是發展成商業使用或住宅使用，皆深具市場開發潛力，招商預期較為順利，有助更新事業推動。

在整體更新規劃構想上，建議以拆除重建方式活絡地區，初步應先於中港路兩旁形塑地標性建築，以拉高建物縮小基地面積之方式，留設大量開放空間。

二、整建維護

依據都市更新整建維護實施辦法，將自行車路線與水湳經貿園區周邊老舊地區劃定為都市更新整建維護策略地區，針對結構完整但外觀窳陋老舊之建築物，加高補助金額，以鼓勵民眾主動申請。同時亦可配合城鄉風貌改造，進行環境改善，其整建維護內容包含社區道路綠美化、騎樓整平或門廊修繕、無遮簷人行道植栽綠美化、鋪面工程、街道家具設施、立面修繕工程（含廣告招牌拆除及鐵窗拆除）、外觀綠美化工程（如陽臺綠美化）、外牆清理、維護公共安全必要之公用設備修繕及更新。其建議都市更新整建維護策略地區如下：

1. 臺中市：中港路二段、西屯路三段、河南路二段
2. 南投縣：日月潭特定區內之建築物

捌、國際化都市行銷暨城市意象建構與城市品牌創造

目前世界上知名的城市都擁有或多或少的事物及歷史做為其連結印象，為一

般民眾對於該地區的刻板印象，其或許為當地區之特有文化、或者是刻意的打造的都市意象塑造，最重要的是希望對於城市打造代表性之象徵，例如法國巴黎與時尚的連結、美國好萊塢為電影工業代中心、米蘭為設計之都…等，其各城市均有專屬的特色產業或歷史外，還必須具備本身之識別度，讓人輕易了解或者感受進而認同與城市劃上等號。就大臺中而言，配合「文化・經濟・國際城」為目標施政目標，掌握本身的利基與優勢，結合在地的資源整合，將可打造臺中市城市行銷之識別度。針對本研究所研擬的「大臺中自行車競技暨國際會展」此一事件經濟方案，建議在國際化都市行銷、城市意象建構與城市品牌創造所應配套的機制與策略如下：

一、整合地方創意產業資源，塑造城市品牌

透過大臺中自行車競技暨國際會展東亞運自由車熱身賽、大臺中自行車月及大臺中自行車博覽會之舉辦，整合相關景點如臺中湖心亭、梧棲漁港、大甲鎮瀾宮、東豐自行車綠廊、新社花海、臺中都會公園等地，在國際間建立臺灣品牌形象，應透過邀請國外自行車車友來臺交流，藉由與國際互動的經驗，建立大臺中之國際文化形象，推展自行車活動創造自行車競賽之都市意象。

二、建立國際城市聯盟

大臺中未來可透過與自己城市特質相符(自行車賽)的姐妹市結盟或合作夥伴關係的建立，以城市間交流、分享、學習、合作等具有城市聯盟或城市網絡功能的組織或活動，不斷促進城市快速提昇與多元發展，呈現「既競爭又合作」現象。城市能夠與雙邊和多邊組織、學術機構及金融機構直接進行對話，以獲得更加協調一致的國際支援，促進城市化帶來的有利影響，並協助地方當局規劃和籌備未來成長。強化國際創意文化城市的連結，分享治理經驗，建立相互協助支援架構。

三、參與國際城市組織

大臺中擬訂出以大臺中自行車競技暨國際會展，積極參與國際城市組織，如國際性自行車組織、國際自行車設計大賽、自行車展、自行車競賽等組之，透過與世界重要城市同步競爭世界一流城市，透過國際交流強化國際化都市行銷。

四、積極培訓國際人才，有效推動國際行銷

為與國際接軌，積極參與國際城市組織，應積極參與組織各種活動、會議、論壇，始能有效獲得相關資訊與寶貴經驗。基於此，應培訓更多的國際人才，在各國際組織中溝通協調無礙、發表臺中經驗，或擔任工作小組執行任務，拓展國際交流能力，建立國際關係，提昇大臺中城市的國際能見度與國際對話能量。唯有具備國際語言能力、熟悉國際事務，具備全球視野與國際溝通協調能力的人才，才能有效參與國際城市組織，進行深度交流與合作，拓展城市外交，提昇大臺中城市競爭力。

第三節 行動計畫

本節以推動「大臺中自行車競技暨國際會展」此一事件經濟方案為軸心，同時，亦考量都市治理、智慧型都市、區域資源整合、交通運輸環境、科技產業走廊發展、文化創意與觀光產業發展、都市更新結構更新、以及國際化都市行銷暨城市意象建構與城市品牌創造等八個構面的相關配套機制與策略，而進一步提出本事件經濟的行動計畫，並藉由計畫中各項活動的執行，使得「大臺中自行車競技暨國際會展」的推動與發展能夠更為全面及多元，並能進一步將中部區域聯合發展的願景更加落實。

壹、計畫目標

本計畫之推動總目標，主要透過整合臺中市及周邊縣市（彰化縣、南投縣）之區域資源，以臺灣最具出口優勢之自行車產業為基礎，提昇品牌於市場上知名度，有效吸引國際目光，並吸引相關產業與優質人力資源進駐中臺灣，藉此累積中臺灣觀光遊憩能量與推動整體國際化，進一步提升大臺中國際競爭力。同時，節能減碳為當前世界共通目標，而臺中市具產業及環境資源之區位優勢，藉此計畫推動可將自行車產業文化落實於生活面，營造優質自行車使用者環境，作為整體文化形塑空間延伸，對臺中市之都市定位及國際形象樹立有正面效益，進而將臺中市發展為運動休閒、節能低碳之國際城。

在東亞運自由車熱身賽方面，配合東亞運動會自由車競技項目，由東亞運籌備委員會主辦「東亞運自由車熱身賽」，臺中、彰化、南投各縣市政府體育、觀光旅遊及交通等相關局處配合協辦，透過舉辦國際級賽事以提昇大臺中及周邊縣市國際能見度。在大臺中自行車月方面，配合大臺中提倡低碳生活、健康休閒等政策，由臺中市政府觀光旅遊局主辦，交通局及體育處協辦，打造獨具臺中特色與優質生活環境的自行車城，建構優質生活環境，進而提昇大臺中形象。在臺中自行車博覽會方面，由臺灣自行車輸出業同業公會主辦，臺中市經濟發展局協辦，考量在地產業特性，以及配合臺中水湳經貿園區規畫，建設臺中自行車博物館及附設會展空間，籌辦臺中自行車博覽會。透過政府的力量與自行車產業界的通力合作，提供相關業者交流及自行車愛好者之機會，同時也提高大臺中在國際上能見度，吸引觀光客，創造周邊產業商機。此外，亦皆透過臺中市政府新聞局以提供各項活動相關資訊，配合網路、報章雜誌等推廣行銷，提高活動知名度。

貳、計畫內容與可行性

本計畫將設立「大臺中自行車競技暨國際會展推動委員會」作為統籌單位，除三縣市政府的相關部門的主管之外，邀請自行車業者、相關運動協會、旅行業者、會展業者共同組成，作為此一事件經濟方案的常設規劃機制，採取「跨域治理」的理念與模式，研擬行政配套機制，以凝聚跨縣市共識並整合「交通運輸」、「觀光遊憩」及「傳統製造」等相關資源。以下將針對本計畫之內容及可行性進行說明：

一、東亞運自由車熱身賽

1. 計畫內容：賽事規劃－包含自由車公路賽及室內自由車賽。其中，自由車公路賽賽程項目主要規劃為四項分站，依次為：臺中公路長途賽、彰化公路長途賽、南投日月潭環潭公路賽及臺中城市繞圈賽。周邊活動－各項分站賽程於賽前舉辦啦啦隊、有獎徵答、自行車特技等暖場活動，帶動現場氣氛；並於賽後規劃販賣在地產業、文創作品、自行車相關產品等市集，提高遊客參與度及留滯時間。計畫時間－鑒於東亞運於 2017 年舉辦，熱身賽時間擬於 2015 年舉辦。

2. 計畫可行性：中部地區氣候條件佳，亦適合舉辦自行車相關活動。同時，中彰投三地之城鄉風貌截然不同，可藉此營造出不同氛圍之自由車競技環境及型態。在地理位置方面，應付自行車與其零組件之物流處理十分便利。對外來遊客而言，陸、海、空等運輸廊道建構完善，符合舉辦國際自由車競技賽之需求。在活動接駁轉運的事先規劃上，藉由擬定交通維持計畫的方式，將參與比賽的選手以及預計從四面八方聚集的參觀人潮，分開管理進場離場動線、接駁時間及場地以及停車場所，以儘量減低交通衝擊來規劃，以免影響到沿線住民的日常生活。

二、大臺中自行車月

1. 計畫內容：基於現有臺中市無車日之推動，以低碳城市為目標加以擴大及完善配套措施。透過無車月之推動，進行自行車停車及保管計畫，建構大臺中自行車通勤系統。此外，在休閒活動舉辦方面，串聯大臺中、彰化及南投自行車道，並針對不同年齡層、不同興趣之民眾，規劃「挑戰路線」、「親子路線」及「觀光路線」等自行車活動路線，進一步提昇民眾減碳觀

念及改變通勤交通工具習慣。計畫時間－於 2013 年逐步每年舉辦大臺中自行車月，並協調南投縣將延伸至南投之自行車休閒活動舉辦與日月潭泳渡活動時間進行銜接，以擴大活動相關效益。

2. 計畫可行性：針對基礎設施而言，中彰投自行車道綿密，對於產業的推廣與民眾的參與較為容易。同時，目前三縣市為積極推廣自行車結合觀光遊憩的方式，亦進行自行車道之系統整合與設施維護相關計畫，以臺中市為例，觀光旅遊局有「100 年度臺中市觀光遊憩區及自行車道設施維護工程」、「大臺中自行車道系統整合及改善計畫委託技術服務」。此外，由於節能減碳的國際趨勢以及民眾提倡健康優質生活的觀念日興，可以讓自行車產業成為一股環保新風潮，且中部地區氣候條件佳，適合舉辦戶外自行車活動，而針對自行車通勤也較為便利。

三、臺中自行車博覽會

1. 計畫內容：擬由臺中市政府與臺灣區自行車輸出業同業公會共同舉辦「臺中自行車博覽會」，以「產業永續&健康生活」的樸實、環保會展作為會展風格。活動主要規劃包括自行車博覽會展及舉辦自行車國際論壇與進行參觀產業聚落，並建議主管機關協助管制水湳經貿園區內成為無車空間規劃，積極推動臺中邁向低碳城市。計畫時間－於 2012 年籌備，並於 2013 年起始於烏日會展中心舉辦，預計在 2015 年水湳會展中心完備後擴大規模舉辦。

2. 計畫可行性：由於臺灣三大自行車公司皆位於中臺灣，相關大廠與零組件產業鏈非常紮實，有地利之優勢。同時，自行車產業相關的技術與研發優勢於全球取得領先地位，且臺中市之會展中心至中彰相關工業區車程近，有利於廠商參與會展意願。對於遊客而言，陸、海、空等運輸廊道建構完善，烏日會展中心即位在臺灣高鐵站區開發範圍內，從臺中機場來的國外旅客可藉由會展期間的免費接駁車往返會場及機場，以及可利用臺灣高鐵往來其他縣市或桃園機場，附近亦有廣大停車空間供私人車輛停放；水湳會展中心落成後，附近大眾運輸場站、接駁場站以及停車空間相信也都能夠符合自行車國際會展之需求。

表 7-3-1 「大臺中自行車競技暨國際會展」各分項活動預計時間表

分項活動	活動時間	說明
東亞運 自由車熱身賽	擬於 2015 年 10 月份舉辦	配合臺中市申辦 2017 年東亞運動會時程，以及參考歷屆東亞運舉辦日期，因此東亞運自由車熱身賽擬於 10 月份舉辦
大臺中 自行車月	擬於 2013 年起每年 10 月份舉辦	為期一個月，除配合中臺灣氣候因素，10 月份較為乾燥涼爽，並配合學校開學以透過教育單位推廣，並視推動成效延長為兩個月或每季舉辦。
臺中 自行車博覽會	擬於 2013 年起每年 10 月份舉辦	考量氣候因素，同時與臺北自行車國際展作區別，並與國際自由車競技賽時間點錯開，擬計三天展期搭配兩天的研討會行程安排，並舉辦主題活動。

參、合作縣市

總計畫以「大臺中自行車競技暨國際會展推動委員會」作為統籌單位，再針對分項活動涉及縣市進行各部門協調及資源整合。在東亞運自由車熱身賽方面，以臺中市、彰化縣、南投縣為合作縣市；在大臺中自行車月推動方面，配合整體休閒觀光資源整合，以臺中市、彰化縣、南投縣為合作縣市；在臺中自行車博覽會舉辦中，以臺中市、彰化縣為合作縣市。

肆、財務可行性

以下針對「大臺中自行車競技暨國際會展」中的三項活動，先分別概述其經費來源與籌措方式，再予以概估活動中的相關支出以及其創造的各項收益(如表 7-3-2)。

表 7-3-2 「大臺中自行車競技暨國際會展」財務規劃表 (單位：仟萬元)

活動 年度收支	東亞運 自由車熱身賽	大臺中 自行車月	臺中 自行車博覽會	備註
支出項目				
(一)經常門經費				
1.整體廣告行銷活動	1.0	1.0	0.8	

2.人員雇用與培訓	0.2	0.1	0.1	
3.競賽或展覽活動	1.0	0.4	0.8	
4.行政管理	0.2	0.7	0.1	
5.交通接駁	0.2	1.2	0.6	
小計	**2.6**	**3.4**	**2.4**	
(二)資本門經費				
1.場館或展館整建	1.3	0	1.0	
2.自行車道建置	0	2.0	0	
3.自行車租借、保管系統平台	0	2.5	0	
4.公共服務設施	1.0	2.0	0.5	
小計	**2.3**	**6.5**	**1.5**	
合計	**4.9**	**9.9**	**3.9**	
收入項目				
1.門票收入	4.2	0	1.05	
2.營業權利金收入	3.0	2.5	2.0	
3.廣告收入	5.0	2.0	4.5	
4.企業或團體贊助	3.0	2.0	2.5	
合計	**15.2**	**6.5**	**10.05**	

一、經費來源與籌措方式

為了推動「大臺中自行車競技暨國際會展」此一事件經濟之各項活動，除了設置「大臺中自行車競技暨國際會展推動委員會」作為統籌單位之外，依據上述財務規劃表，本計畫之三項主要活動其總收入大於總支出，因此，整體計畫之經費籌措，建議可成立「大臺中自行車競技暨國際會展計畫資本基金」，以活絡其各項活動之財務運作。考量到三項活動的舉辦時程(東亞運自由車熱身賽為 2015 年舉辦，大臺中自行車月與臺中自行車博覽會則於 2013 年起每年度舉辦)，茲將「大臺中自行車競技暨國際會展計畫資本基金」之財源說明如下：

(一)計畫首年度(2013 年)

就「大臺中自行車月」而言，由於自行車活動的推廣乃是臺中市邁向低

碳城市的重要手段之一，關於自行車道設施維護與系統整合及改善等工程，臺中市政府觀光旅遊局目前正執行「100 年度臺中市觀光遊憩區及自行車道設施維護工程」、「大臺中自行車道系統整合及改善計畫委託技術服務」兩案，皆可為 2013 年首度舉辦的「大臺中自行車月」提供良好的基礎。此外，本活動除了可結合現行臺中市政府交通局為建構低碳城市而推動之大臺中自行車道雙環計畫，亦可配合臺中市中程施政目標中交通建設之策略，將自行車道之規劃建置與串接、自行車之租借與保管系統平台建構以及相關公共服務設施等的需求經費，由交通局循該年度預算程序編列，其餘部分則尋求自行車協會與廠商之贊助。同時，將籌措之經費撥入「大臺中自行車競技暨國際會展計畫資本基金」，以供各項活動之統籌使用。

就「臺中自行車博覽會」而言，依據往年類似活動的舉辦經驗，此項活動的需求經費可由廠商參展或相關活動之會展場地攤位租金支應；同時，以中部地區為基地的自行車產業乃是臺中市推展會展活動並發展具生態效益綠色產業的重點之一，因此其首年度的舉辦經費可配合臺中市中程施政目標中經濟發展之策略，由經濟發展局循該年度預算程序編列部分預算予以補助。同樣，將籌措之經費撥入「大臺中自行車競技暨國際會展計畫資本基金」，以供各項活動之統籌使用。

(二)計畫後續年度

本計畫於 2013 首度執行後，「大臺中自行車月」與「臺中自行車博覽會」為每年度舉辦，其相關活動之支出乃由「大臺中自行車競技暨國際會展計畫資本基金」統籌調度，所有之收入亦皆回歸「大臺中自行車競技暨國際會展計畫資本基金」。由於預估此兩項主要活動的整體收入大於支出，故在歸墊原先公部門撥入的經費後，可將其所創造之盈餘則再納入「大臺中自行車競技暨國際會展計畫資本基金」，以作為後續年度執行「大臺中自行車競技暨國際會展」中各項活動的主要經費來源。此外，就「東亞運自由車熱身賽」而言，本計畫規劃於 2015 年舉辦，可於取得 2017 年東亞運主辦權後，由「臺中市東亞運籌備委員會」進行各項經費規劃，再向臺中市議會提出詳細財務計畫。同樣地，此項活動的經費來源亦可由「大臺中自行車競技暨國際會展計畫資本基金」予以支應，預估其活動收入亦是大於支出，因此可將其盈餘再納入「大臺中自行車競技暨國際會展計畫資本基金」作為後續舉辦相關自行車競技活動的經費來源。

二、支出面

(一)經常門經費

東亞運自由車熱身賽 2.6 仟萬元(2015 年)、大臺中自行車月 3.4 仟萬元(2013 年)、臺中自行車博覽會 2.4 仟萬元(2013 年) 。各項支出內容如下：

1. 整體廣告行銷活動：委託專業行銷顧問團隊，辦理活動全程之各項宣傳(電子與平面媒體)、公關、招商與贊助募集作業等整體事項規劃與執行。
2. 人員雇用與培訓：委託專業人力資源公司，辦理活動期間之相關人力雇用與相關訓練工作。
3. 競賽或展覽活動：活動本身相關各類支出，於東亞運自由車熱身賽中包含參賽國家選手之機票、食宿等。
4. 行政管理：活動中各項行政作業及管理費用，含各項水電雜支、臨時人力、場地清潔維護、器材設備之借用與維護等。
5. 交通接駁：交通運輸相關各類支出，設置臨時轉運站，公車轉乘接駁服務等。

(二)資本門經費

東亞運自由車熱身賽 2.3 仟萬元(2015 年)、大臺中自行車月 6.5 仟萬元(2013 年)、臺中自行車博覽會 1.5 仟萬元(2013 年) 。各項支出內容如下：

1. 場館或展館整建：東亞運自由車熱身賽與臺中自行車博覽會皆利用現有場館及展館，故此部分主要為場地之整修與布置，大臺中自行車月則無此項目。
2. 自行車道建置：為配合大臺中自行車月的舉辦，針對所規劃的通勤與休閒路線，進行相關自行車道的建置與串接。
3. 自行車租借、保管系統：為配合大臺中自行車月的舉辦，軟體部分為建構自行車租借系統平台，並於平台提供各項大眾運輸轉乘資訊；硬體部分則增建自行車保管與停車空間。
4. 公共服務設施：包含各項無障礙設施、道路標誌、休息與餐飲區、活動廁所等。

三、收入面

東亞運自由車熱身賽 15.2 仟萬元(2015 年)、大臺中自行車月 6.5 仟萬元(2013

年)、臺中自行車博覽會 10.05 仟萬元(2013 年)。票箱收入的估算乃參考相關活動之票價以及往年參與類似活動之人數來予以估算，而營業權利金收入、廣告收入、企業與團體贊助等則參考往年經驗，依本計畫設定之規模予以概估。各項收入內容如下：

1. 票箱收入：為活動門票與相關票券之收入，其中：
   (1)東亞運自由車熱身賽(參考國內體育賽事的票價)：200 元*30 萬參觀人次*70%(扣除老人票、學生票、團體票優惠)=4.2 仟萬元
   (2)臺中自行車博覽會(參考臺北國際自行車展)：150 元*10 萬參觀人次*70%(扣除老人票、學生票、團體票優惠)=1.05 仟萬元
2. 營業權利金收入：營業權利金項目包括自行車租用與保管、停車場、餐飲、禮品與商品販售等各項外包之權利金收入。
3. 廣告收入：活動舉辦期間各項廣告刊登之收入。
4. 企業或團體贊助：活動中廠商與協會的各項贊助，亦包含所提供之商品優惠折扣等。

伍、環境可行性

東亞運自由車熱身賽計畫屬短期活動，基於既有資源規畫舉辦，不須另建設實體建築物，無環境敏感影響問題，僅須注意當日遊客活動所產生廢棄物之處理問題。

在大臺中自行車月中，活動大部分基於既有資源推動，部分於自行車動線節點興建自行車專用附屬設施，以及透過軟體方式進行既有休閒自行車道之初步串聯，經由活動舉辦及交通模式改變，有助於環境改善及生活品質提昇。

針對臺中自行車博覽會，預計先期於既有烏日會展中心，及新建之水湳經貿園區會展中心舉辦，僅須另搭建臨時設施，無環境敏感影響問題。

陸、預期效益

總體預期效益中，在實質效益方面，此事件經濟之各項活動可達淨收入約 13 仟萬元；同時，預計藉由吸引 100 萬人次參與，可促進額外周邊觀光、休閒等產業的整體間接效益約 12.9 億元。在非實質效益方面，則可建構臺中市為自行車城，進而落實低碳城市的目標，並建構其優質都市生活之形象；此外，亦透過活動的包裝與行銷，凸顯臺中市的優勢所在，藉此達到提昇大臺中國際都市層

級與競爭力的目標。

一、實質效益

(一)直接效益

為投入各項經費後所可獲得的直接收益，在「大臺中自行車競技暨國際會展」此一事件經濟中，估計直接收益可達 31.75 千萬元，包含票箱收入、各項營業權利金收入、廣告收入以及企業與團體之贊助等；同時在扣除各項支出項目後，亦可達到約 13 仟萬元的淨收入。

(二)間接效益

為投入各項經費後所能衍生的價值，亦即所產生的連鎖效應後的收益。在東亞運自由車熱身賽中，依據往年國際自由車環臺賽之規模，預期可吸引 30 萬人次遊客；在大臺中自行車月中，依據往年自行車日之舉辦規模及大臺中自行車休閒人口概略估計，預期於當月可提供 60 萬自行車使用人次；在臺中自行車博覽會中，依據臺北國際自行車會展逐年舉辦規模及臺中自行車會展吸引人潮估計，預期可吸引 10 萬人次國內外遊客及自行車專業買家。因此，若依據「中華民國 2010 年國人旅遊狀況調查報告」的國人國內旅遊每人每次平均費用(包含交通、餐飲、購物與住宿等)為新臺幣 1,289 元來估算，則 100 萬的總參與人次約可創造 12.9 億元的周邊商機。總和來說，乃透過這些人潮的吸引效果，除了帶動相關休閒及觀光產業效益，亦可有效挹注自行車產業的發展。

二、非實質效益

(一)社會效益

為活動的舉辦所能產生對社會有利的影響，以「大臺中自行車競技暨國際會展」此一事件經濟而言，除了上述直接與間接效益之外，此一部分乃在於對自行車活動的推廣後，以及透過大眾運輸的轉乘效果，將能有效減少碳排量，符合國際提倡綠色環保的潮流，進而落實臺中市被選為「低碳城市」之模範城市的目標。此外，亦可使臺中市在邁向「自行車城」願景的同時，建立其優質生活都市之形象，無形中將增加市民的向心力及認同感，進一步獲得居民滿意度與幸福感的提昇。

(二)其他效益

此一部分主要在於透過「大臺中自行車競技暨國際會展」的各項活動，包括國際級運動賽事的舉辦、優質健康城市意象的建構、綠色環保產業的發展等，來進一步包裝與行銷大臺中，進而提昇其國際能見度，除了帶動後續的觀光旅遊人潮，亦有助於後續相關活動之舉辦。同時，藉由強化大臺中在區位上的優勢，凸顯其不論是在推動產業發展、更新都市建構以及改善生活環境等各方面，都可成為典範，並由此可進一步提昇大臺中的國際都市層級與其競爭力。

第八章 中臺灣音樂美食文化節(三響共鳴~ME 一夏)

第一節 活動內容規劃

臺灣中部區域於行政院經建會之「國土空間發展策略規劃」，原本即計畫發展與生活休閒有關的創新產業，主要則是對於中臺灣之地理位置與多元的音樂產業、美食與民俗工藝等，若能妥善整合處理與應用，皆能產生加乘的效益。

大臺中擁有多樣化的城市活力與潛力，展演空間不斷的形塑以及國際藝術活動之舉辦、歌劇院、水湳經貿園區、草悟道藝術園道等的建設，讓大臺中近年來逐步強化其吸引力及競爭力。中臺灣除推動美食觀光產業發展、十大伴手禮活動，並結合創作料理、珍珠奶茶、夜市小吃、地方特色美食等整體擴大行銷，有效推廣中臺觀光之深度體驗。在音樂發展上，結合后里爵士樂器產業，擴大辦理爵士音樂節，並促進薩克斯風產業發展，強化地方特色音樂工藝文化產業，更可朝樂器會展活動之結合；同時彰化之南北管、戲曲與南投之原住民歌謠舞蹈，更是中臺灣未來最佳的整合潛力，也為臺中市之觀光旅遊帶來新的契機。

本計畫規劃以「三響共鳴，ME 一夏」為主軸，以音樂為主軸，讓臺中、彰化、南投三地之音樂個性，能以個別的模式與互動、整合，發展出更多元之激響，創造出更多樣的可能性，一種跨區域音樂整合的新模式，主打一整個夏季，暑假期間於中臺灣提供各種音樂的體驗與參與，同時因應在地美食讓中臺灣成為整個臺灣與國際間，塑造出一個大型跨區域之整合行旅遊型態，包含音樂(Music)與飲食(Eat)之融合，讓六至八月成為充滿 ME 的夏季。本計畫需臺中、彰化、南投三縣市政府相關單位協調整合，成立活動推動委員會，進行相關配套行銷措施(如網路、報紙期刊、新聞媒體等)，並規劃適當動線，尤其針對活動規模及人潮進行事前評估並擬定相關應變策略。

以下則針對音樂美食文化節之標的，進一步說明相關之內容範疇，藉由活動系統之整編來提昇大臺中的國際競爭力與臺灣民眾的休閒旅遊新目標。

壹、活動內容

以音樂發響，由音樂導引出美食，不論是歌詞或是唱累了、聽累了、看累了，中臺美食的填補，「吃完美食~再唱吧!」、「響徹三地，食騁中臺」，運用文化、行

銷與包裝的技巧，來達到宣傳與議題炒作的最高效益。

活動內容依時間可分為三地同時、三地個性展現、三地競爭競賽、三地接力的方式來進行，音樂與美食的三地交互搭配或三地音樂搭配整合性的美食文化。

可塑造三地旅遊的行程，藉由三地音樂的接力，讓民眾來參與並獲取集點或音樂、觀光護照或 FB 打卡認證，在三地之音樂美食旅程皆參與後，可兌換當年之十大扮手禮的禮品，或可參加抽獎換取贈品及相關優惠等等，讓活動增加競賽感與跨區域的休閒樂趣。活動之訊息一定要最快速的傳達，網路手機、無線上網、簡訊傳播、旅遊服務導覽據點甚至是學校的參與服務(據點、文宣、認證、音樂美食護照的集點、蓋章等)。活動行銷與包裝，如何與音樂工作者、美食創意者來進行聯繫與整合，多媒體如電視的美食節目、音樂節目是否能做整體性的搭配，成為真正年度盛會，具朝聖的吸引力。

音樂美食活動與自行車結合的配套，營造低碳、音樂、美食的中臺新三角，而彰化與南投的花卉與觀光遊憩產業，也可作為吸引人潮之誘因，讓音樂美食不單只是針對性的活動，而是以音樂與美食為主題之觀光休憩遊程活動；活動目的不但為求營造使用者體驗環境，更加以輔導及促進在地產業行銷，如此才能真正以提昇國際競爭力為前提下而衍生發展的永續性都會國際盛會。

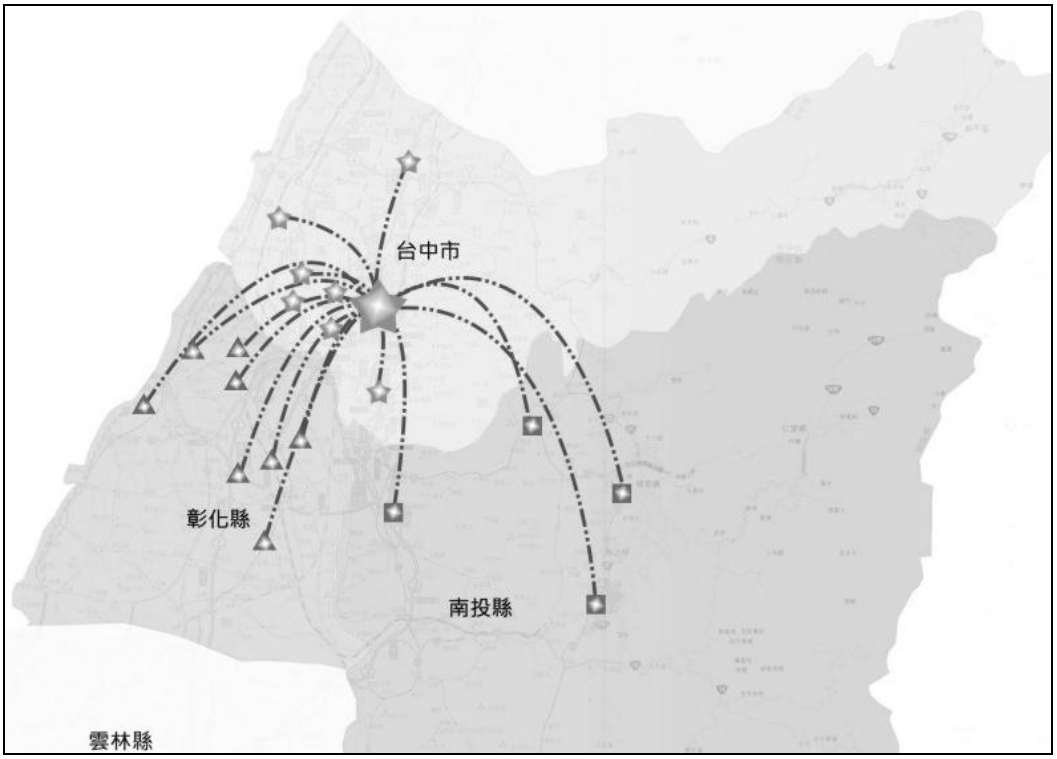


圖 8-1-1　中彰投音樂美食串聯示意圖　（本計畫繪製）

以下則為針對中彰投之音樂美食內容，進行更詳盡的說明:

一、爵士音樂週(鍾愛 *爵* 飆)

爵士樂在近年來已逐漸有在地化之趨勢，臺中並於今年八月藉由「2011 爵士音樂節-千人齊奏．百年爵響」共創金氏世界紀錄，而此項世界紀錄之前各分別為今年五月的澳洲與七月的韓國所創下，顯見爵士樂於國際上之能見度是較為活躍的。也因此未來營造中臺灣的美食文化，爵士樂對於提昇國際競爭力是不可或缺的必然元素。而未來之爵士樂週，建議由主辦單位邀請國內外的知名爵士音樂人或樂團進行層遞性之演出，包括爵士鋼琴比賽、爵士新秀比賽等等；以爵士音樂為主題，透過大專院校及藝文社團，舉辦爵士樂創意海報設計比賽、爵士文化藝術市集等相關活動，創造甚至是中臺灣對於爵士的自明性，讓爵士樂融入城市的風格，感染整體生活的型態與都市景觀。

在爵士樂週，每天表演以不一樣的樂器作為主題，如鋼琴、鼓、薩克斯風、管樂器及弦樂器等。另外，除了在文化中心舉辦爵士音樂文化之展覽，將會設置四個舞台予現場活動，每個舞台除了週邊表演活動讓民眾能近距離輕鬆體驗不同之爵士音樂風情之外，並依其舞台性質配合規劃樂器體驗、異國美食以及藝術市集等分區。

二、彰化傳統戲曲週（民俗音樂嘉年華）

民俗音樂嘉年華活動，主要規劃為南北管等傳統戲曲，活動規劃內容主要邀請來自臺灣各地的團體參加表演加上傳統戲曲，包括：南管整絃大會、北管大匯演、國外傳統音樂戲曲創新示範演出、南管新生代邀請、觀摩賽、戲曲象限創團、崑劇、南北管音樂戲曲出版品、南北管三部曲、藝師講古話戲曲、捏麵人、印加傳統音樂演出、國樂東西方曲風演奏等，對傳統戲曲的傳承有很大的幫助。除了邀請國內的南北管團隊一起參與演出之外，配合區位的便利性，也希望邀請來自大陸的南管團隊和南美安地斯樂團來臺灣演出，進行兩岸和國際的文化交流。

彰化傳統戲曲屬於民俗文化的傳承，也因此在活動的編排上特別需要進行包裝與活動策劃，譬如: 戲曲文化體驗與實作、現代南北管進行曲、舊曲新唱、除舊譜新、傳承下的現代風，讓彰化的傳統戲曲添加新的活力與生命，並讓傳統文化與現代化結合，進而迸出新的火花與可能性，如此才能吸引國際上與新時代潮流下的注目。

三、日月潭原住民音樂花火節

透過音樂活動的舉辦藉以發揚日月潭周邊特色文化,藉此讓日月潭觀光融入原住民音樂的氣息，帶動周邊之商業的多元性與躍動感。其主要活動包括：

(一)部落音樂及舞蹈

以南投邵族為主，突顯在地音樂與舞蹈特色，同時以參與式的體驗活動讓民眾得以有互動的機會，並邀請臺灣各族原住民進行表演，例如臺中和平區原住民，透過表演讓遊客更加了解各族間不同之文化特色，並邀請知名原住民歌手為活動代言及進行表演。

(二)水舞秀及煙火表演

基於日月潭之特殊環境，請相關專業設計師配合原住民文化以設計主題光霧水舞秀，並搭配煙火施放作為表演之結束，也讓花火節的活動成為提昇在地競爭力的重要活動主軸之一。

(三)原住民特色美食

以最低的生態影響規劃適合的湖畔範圍，讓民眾得以獲得不同於都市一般的飲食環境，突顯在地的美景環境，同時提供原住民特色美食之展示及銷售，讓遊客能夠在周末的日月潭湖邊滿足其聽覺、視覺及味覺。

(四)傳統手工藝展售

目前於南投有傳統竹器、窯器、原住民手工藝、埔里酒廠等市集，讓遊客能體驗當地工藝文化的創作與收集當地特色紀念品，也能或曲音樂美食各項之體驗遊程規劃。

(五)泳渡日月潭活動

每年皆會舉辦的泳渡日月潭活動，已成為家喻戶曉的活動之一，未來也可以納入作為主題性活動之一，藉以提昇國際行銷與包裝上的話題性，並可搭配自行車的配套活動來豐富整體活動。

四、臺灣樂器展及國家歌劇院音樂饗宴

將原本於后里舉辦之樂器展擴大舉行，以水湳經貿園區會展中心為主要場

館，同時以后里馬場作為配合場地。在后里馬場的部分，將現場分為樂器展示區、樂器體驗區、樂器診所及樂器交流區、樂器尋珍。其中，樂器展示區分別開設為 Saxophone 館、長笛館、爵士鼓館及手風琴館。除了可以體驗各式樂器的樂聲，於樂器體驗區設置樂器翻滾舞台、愛樂齊秀、搖滾舞台、薩克斯風舞台、打擊館提供玩樂器或是欣賞樂器奧秘之空間。同時，邀請在地及臺灣各地樂器師傅至現場與遊客互動，說明樂器的組織與意涵及自製簡易樂器，並舉辦藝術市集，進行相關的文化交流。同時配合臺灣樂器展，可舉辦相關演奏會，整合中彰投不同類型之音樂，於國家歌劇院盛大舉辦，活動內容主要是邀請國內外知名的樂團進行演奏，並作為新秀及新創曲的初登板舞台，並透過網路宣傳及主辦單位邀請而組成的專業評審團，給與參賽者最佳的建議，同時也讓參與觀眾與旅客對於中臺灣音樂有更多的體認，並留下屬於中臺灣的深刻印象。

五、在地美食及工藝文化嘉年華

另外，在活動期間，搭配美食在會展中心的舉辦，推出「在地美食及工藝文化嘉年華」，讓遊客在白天能夠品味地方美食及體驗地方傳統手工藝創作，夜晚則可以欣賞音樂文化。會展內容主要包括：1.綜合食品、養生食品、有機蔬果、素食文化及各式咖啡、茶、酒、飲料等。2.異國傳統美食、韓國美食、地方特色美食小吃、客家美食、原鄉料理等。3.地方美食及傳統手工藝伴手禮主題館。在會展現場以音樂營造會場氣氛，並提供中臺灣音樂美食文化節當週主軸表演項目及場地交通資訊。同時可配合在地文化而舉辦與工藝相關的藝文活動、以及體驗在地工藝產業活動。可展示中部區域極具特色之工藝產業並輔導在地知名工藝工作者、廠商，於活動場地配合展示銷售地方民俗工藝品，例如南投之玻璃工藝、竹藝及鹿港木雕、二水石雕等等雕刻類、塑藝類、編藝類、紙藝類、傢俱類、金屬類、縫織類、皮革類、圖繪類、綜合技藝類、童玩類及其他類十二大項中部地方工藝。讓遊客在欣賞音樂與品嚐美食的同時，亦可體驗地方民俗工藝之趣味，加強遊客對在地特色之印象，進而提高地方觀光產業發展。

圖 8-1-2　中彰投美食商圈分佈示意圖　　（本計畫繪製）

貳、活動地點

除三地既有文化中心、演藝廳、藝文會館等，也將建議於臺中地區高鐵門戶專區，設立中臺灣流行音樂館（巨蛋），保留中彰投的音樂發展歷程與器具的介紹，同時因應三地音樂平衡發展需求，應擬定計畫逐步完善臺中、彰化、南投可運用之音樂表演空間或平台。

活動地點除室內的場所外，也將於戶外主題活動作連結，例如:園道的連結，或是三地主要道路、廣場或南投及彰化花卉展示活動等同步串連。

中彰投音樂美食交通路線的規劃，包含最近距離規劃、周邊景點導覽規劃、大眾運輸規劃、觀光列車規劃、火車唱遊去~等。並提供一日、多日、短期、長期參與之遊程與住宿的規劃與服務提供參考。

以都市的紋理更新，也可以音樂大道來串連，未來是以線的連串，或是點位的跳島方式，來形塑未來五年十年的都市規劃，逐步落實健全音樂美食提昇國際競爭力的具體風貌。

圖 8-1-3　中彰投音樂藝文空間分佈示意圖　（本計畫繪製）

中彰投目前之活動地點規劃如下說明:

一、國家歌劇院與臺灣流行音樂館

未來劇院落成後，將成為臺中市重要的地標，也將吸引眾多人潮來此觀光遊憩，爵士樂以至於彰化與南投的音樂，將都可以在此進行整體性的演出，讓觀光的旅客不僅在戶外獲得視覺上的觀光體驗，也可在國家歌劇院內獲得不同的聽覺上之饗宴。而未來期望能興建小巨蛋作為中臺灣的流行音樂館，作為室內大型流行音樂的表演場所，如此才能帶動中臺灣音樂產業的發展與國際競爭力的提昇。

二、室內表演空間

臺中市兩大室內表演場地中興堂與霧峰演藝廳，可藉由活動企劃的搭配來予以利用，擴張音樂的渲染力，而中山堂及中興大學的惠蓀堂也可進行場地需求上的支援，以符合各項的使用數量之需求。

三、市民廣場

設置為戶外主要舞台，提供年度市民薩克斯風大合奏，保持金氏世界紀錄，並將其作為爵士音樂比賽場地，可於現場有獎徵答帶動氣氛，以爵士音樂為主題，經由匯集手工精巧、特色獨具的藝文創作者或工作室舉辦藝術市集，展現生活創意、品味與美學。

四、經國園道

設置兩個次要舞台，提供國內外的知名爵士音樂人或樂團進行演出，並舉辦美食市集及設置開放式吧臺，知名飯店及多元化特色餐廳齊聚，提供各式道地異國風味美食及美酒，讓遊客能夠隨興且滿足聽覺及味覺的感受。

五、圓滿劇場

於現場播放經典爵士音樂及配合表演舞台劇，並設置露天爵士電影院，從視聽影像捕捉爵士音樂史上的傳奇人物、經典歌舞及音樂紀錄片之痕跡，並且可邀請國際知名爵士樂手進行戶外的表演與互動。

六、彰化表演場地

計畫以彰化藝術館、員林演藝廳、南北管音樂戲曲館與埔心鄉演藝廳作為彰化的表演與藝文展示場所，未來若有不足將與在地政府單位協調可規劃發展之空間進行場館的設立。

七、南投表演場地

計畫以南投縣文化園區、南投縣文化局演藝廳、草屯手工藝中心與埔里鎮地方文化館作為南投室內表演與藝文展示場所，同時配合日月潭朝霧碼頭、向山遊客中心及伊達邵作為戶外活動表演之場所，未來若有不足將與在地政府單位協調可規劃發展之空間進行場館的設立。

八、后里表演場地

計畫以后里馬場、張連昌薩克斯風紀念館等作為戶外活動展演場地，以延續世界級活動之舉辦，並發揚后里為薩克斯風產業之故鄉，未來若有不足將與在地政府單位協調可規劃發展之空間進行場館的設立。

除了音樂外美食也為中臺灣的一大賣點，除既有美食文化商圈、夜市等，也期盼能在音樂的規劃上納入美食文化的空間結合，讓民眾在欣賞音樂與互動的當下，也能將中臺灣的美食文化同時烙印於心。

叁、活動時間

活動期間以八月暑假為主，配合主題「ME 一夏」來輔以成型。規劃以一個月為活動時程，計畫型塑每年活動起跑的三地齊響之「三響共鳴」，藉由各地的特色音樂來作出發，接下來包含主題周的三地個別活動，作一連串接力式與馬拉松式的連接，搭配「觀光列車」的啟動，來負荷整個交通運輸的流暢性。

活動時間分為前期宣傳，開幕前熱身階段以及暑假檔期安排與後續衍伸之持續階段。宣傳期與熱身期應於前半年即開始策劃，透過文宣、網路、媒體通路，讓活動由平面、議題性的語彙逐漸帶入熱身賽與熱身表演活動的實際內容，並帶著有參與感及想像空間進入暑假檔期的主題「ME 一夏」予以進行，而活動結束後更應有計畫的開始培訓明年度或下一階段的人員、場地規劃、活動策劃與校園互動等，持續至下一年度之活動開始。

肆、活動對象、協辦人員

活動的對象將會是全臺民眾以及國際旅者，服務的人、文宣、媒體皆須以國際語言的多樣性來處理，同時必須考量其安全、衛生的把關處理，以及緊急狀況的負責單位與人力。

中彰投之跨區域活動，其協辦人員訓練也必須有誇區域之機構負責，同時對於三地之溝通與協調必須有其迅速處理之能力與權力。人員的培訓上，因活動大致在暑假期間，應儘可能透過校園的志工，發揮校園對於活動的貢獻度，並創造出中彰投特有的區域活動與校園結合案例，作為中臺灣之地區特色之一，也創造話題與國際活動的歷練使命，吸引學子就讀中臺灣學校。

藉由提昇國際競爭力之整體長期性人員培訓計畫，也能將此服務特性融入中臺灣區塊之區域，成為優質服務之招牌，順勢帶動中臺灣的產業個性。

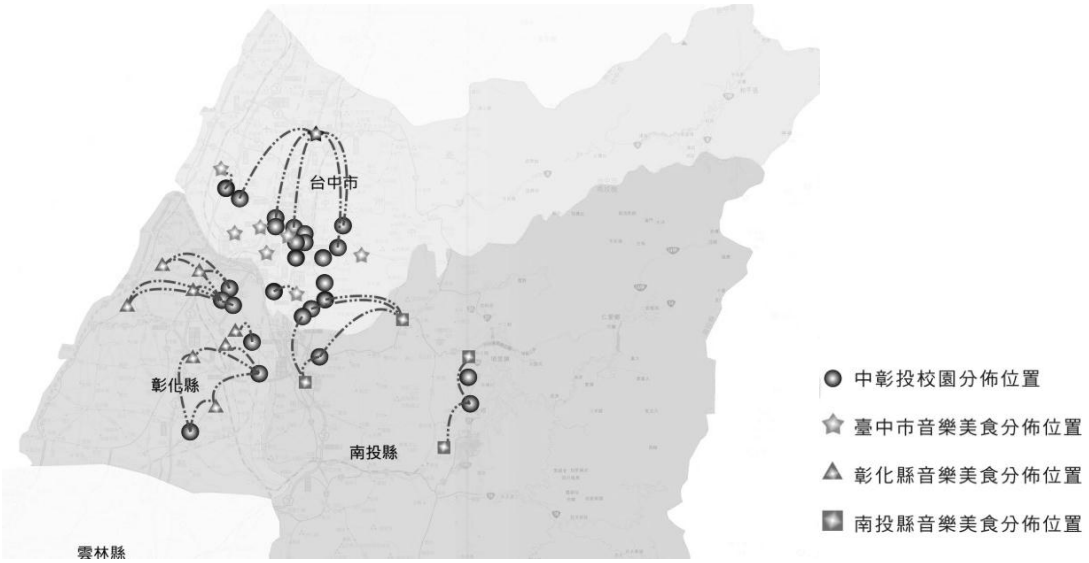


圖 8-1-4　中臺灣校園支援範圍示意圖　（本計畫繪製）

音樂美食為世界共通的喜好，若能將中彰投三地的特色加以融合，以配對組合的模式呈現，相信對於區域的發展與活動策劃的多樣性都有加分的效果，而偌大之整體活動規劃，當然需要地方由上到下的配合與共識之凝聚，才能在施行上獲得最大的效益。中彰投的音樂與美食，長久以來皆各具特色獨立發展，主要就是因為地區性阻隔造成互動上的隔閡，若能破除三地的區域界線，改以中臺灣的概念，組織單一權責機構進行跨部會的整合，將資源、需求、創意行銷、活動策劃、溝通聯繫、文化、經濟與環境皆能以三地發展為考量，才來擴大區域力量進而形塑中臺灣的國際競爭力。

第二節 配套機制與策略

本節以推動「中臺灣音樂美食文化節」此一事件經濟方案為軸心，分別研析在都市治理、智慧型都市、區域資源整合、交通運輸環境、科技產業走廊發展、文化創意與觀光產業發展、都市更新結構更新、以及國際化都市行銷暨城市意象建構與城市品牌創造等八個構面的相關配套規劃，除了能夠對大臺中未來的發展產生連鎖與相乘之綜效，並可做為大臺中在提昇國際都市層級與城市競爭力的重要基礎。

壹、都市治理

「中臺灣音樂美食文化節」之規劃範圍、活動規模以及涉及層面，屬於跨縣市的大型活動，且其配套與整合事務必然超出臺中市、甚至可能超出中彰投的行政範圍，因而，本研究一如前一章對於「大臺中自行車競技暨國際會展」的建議，在本事件經濟方案的推動方式上，應該採取「跨域治理」的理念與模式，研擬行政配套機制，以凝聚跨縣市的共識，整合跨縣市的資源，解決跨縣市的各種銜接問題，形成跨縣市的合作團隊，以提昇本事件經濟的成效，並使各縣市均能分享事件經濟所帶來的效益。因此，就「都市治理」的層面而言，「中臺灣音樂美食文化節」事件經濟方案的配套機制與策略如下：

一、建立「中臺灣音樂美食文化節」事件經濟方案的跨域統合機制

為有效推動「中臺灣音樂美食文化節」，本研究建議將該事件經濟方案提交跨縣市的區域合作平台加以審議，以有效溝通、並能凝聚共識。目前在臺灣中部縣市之間已設有「中臺區域合作發展平台」，係由臺中市、彰化縣、南投縣三縣市（在縣市合併前是中、中、彰、投四縣市合作）所組成的平台，針對環境資源、文化教育、防災治安、交通運輸、健康社福、觀光遊憩、農業休閒、傳統製造、科技經貿、原住民客家族群與新移民等議題，由各縣市相關局處分工負責主辦。（組織架構如前一章之圖 7-2-1 所示，此處不再重複列出）。

由於舉辦「中臺灣音樂美食文化節」的空間範圍，包括音樂活動的時間與空間之串接、聯合宣傳行銷的需求等等相關事務，都擴及中彰投三縣市；規劃的活動內容亦需要三縣市政府部門以及民間部門之間的密切合作，因此，若能善用「中臺區域平台」的合作機制，發揮溝通協調、資源整合的統合功能，並聯合提案爭

取中央挹注資源，將可望早日落實此一事件經濟方案的實現。

依據目前中臺區域平台的議題分組，「中臺灣音樂美食文化節」方案的性質涉及「觀光遊憩」、「文化教育」等兩組，因此，此一事件經濟方案在提交區域平台後，應召開兩小組之聯席會議，並由「觀光遊憩組」擔任主導角色，進行相關推動事務的協調與整合，形成具體的方案內容，包括三縣市之間的資源分配、經費分攤與分工方式，並提報首長會議確認，以及向中央提案爭取資源。每年在「中臺灣音樂美食文化節」舉辦之後，亦經由此一機制檢討成效，提出改進意見，做為下一年度規劃與執行的依據。

二、建立「中臺灣音樂美食文化節」事件經濟方案的專責推動機制

經由前述中臺區域平台統合機制的運作，「中臺灣音樂美食文化節」方案可以得到跨縣市層次的協調討論與決策合法化，以及爭取中央的經費支持；但在實際執行層次上，不可能責成平台的議題小組來推動，仍必須建立專責的推動機制。此一推動機制應由產、官、學界共同組成，涵蓋各縣市政府在此方案範圍內的相關部門，且有足夠的決策位階，可有效整合各界的意見以及跨領域的資源；並組建專業專責的核心專案團隊，進而結合民間資源，建立公私部門之間的夥伴合作關係，以進行事件經濟方案的總體推動。

針對「中臺灣音樂美食文化節」的推動，本研究建議成立「中臺灣音樂美食文化節推動委員會」，除三縣市政府的相關文化、觀光部門的主管之外，邀請文化藝術團體、相關音樂協會、食品與樂器業者、旅行與旅館業者共同組成，做為針對此一事件經濟方案的常設規劃機制；下設執行小組，由臺中市政府指派文化局或觀光局專人擔任執行長或執行秘書，並聘任若干專業與專職人員，做為常設的執行機制，以有效落實執行委員會的決議。

貳、智慧型都市

臺中市的圓滿戶外劇場自民國 95 年 8 月興建完成，打造出臺中市的文化與城市特色，並帶動臺中市發展成國際文化經濟優質城市，而圓滿戶外劇場結合公園綠地與大型戶外劇場，成為一座多層次綠化景觀公園，並命名為文心森林公園(Wen-Xsin Forest Park)由臺中市政府建設局管理；其中獨具特色的戶外劇場，則命名為圓滿戶外劇場(Fulfillment Amphitheatre)由臺中市政府文化局管理。而 2011 年的 7 月 3 日，紅遍世界的 Lady Gaga 亦於臺中圓滿戶外劇場舉行新歌發表會，

而臺中市長胡志強更將 7 月 3 日為臺中的「女神卡卡日」，在效益上，本次活動僅短短數天就吸引數十萬人湧入臺中市，帶來的經濟效益更為可觀，成為一次臺中市的成功行銷。

為打造臺中市為文化藝術之都，本計畫提出之事件經濟主題-中臺灣音樂美食文化節，各項主題活動包含：「臺中爵士音樂週」、「彰化傳統戲曲週」、「日月潭原住民花火節」、「臺灣樂器展及臺中國家歌劇院音樂饗宴」與「在地美食及工藝文化嘉年華」等五項主題活動。配合智慧型都市配套機制，本計畫規劃之階段性策略如下：

一、第一階段：建構藝文活動即時通服務網

規劃各式的活動主題網，並結合臉書(Facebook)或是 Google+等社群網站，吸引年輕族群投入活動中，並與智慧型手機程式結合，讓最新的消息可即時通知遊客或市民。例如臺中爵士音樂週可透過智慧型手機的軟體，提供下載者最新的活動訊息、歌手、曲目與演奏地點等，並結合 Youbube 等軟體重播活動現況，讓整個活動的音樂週得以延續。

二、第二階段：悠遊大臺中-打造智慧文化之都

智慧型都市需具備即時、便利的服務特性，以交通運輸而言，現階段臺中市的公車已可用悠遊卡付款，未來結合臺中市的捷運等設施，讓民眾可以快速、方便、便宜的使用各式大眾運輸工具。在配合各式主題活動讓網站提供線上購票消費與結合便利商店取票等模式，讓音樂展場、美食饗宴地點、藝術文化區等串接再一起，使臺中市的整體資訊化服務再升級。

參、區域資源整合

在美食文化活動方面，本分項強調美食發展背後必定是有農業支撐，中彰投區域為我國農業重要資源區域，在發展美食的同時也在推動農業發展，兩者相輔相成，故可透過本計畫規劃透過中彰投區域中在地特色美食，並配合人文音樂資源藉以奠定舉辦大型活動的基礎及優勢，壯大中彰投城市區域行銷與觀光，後續之觀光客回流量與國際知名度提昇，即能共同促使中彰投區域經濟效益倍增，創造出「農民-農企業-政府」三贏局面。

一、中部在地特色美食整合

臺灣中部地質地形與氣候良好，有沃野廣闊的平原至今仍為農業發展重要地區，是優質農產品最好的原料來源，又因過去鹿港地區在乾隆、嘉慶年間為臺灣行郊貿易的中心，有繁榮的貿易活動及豐富的文化資源，為當時臺灣的第二大都市，文人雅士因講究精美的飲食產品，在豐富的農產資源下發展出各種精美的地方糕餅特色食品，發展至今豐富了中部地區飲食生活文化。中部地方特色產業包括酒類釀造、烘焙食品、醃漬食品、糕餅、糕點。

1.糕餅、糕點

中部區域烘焙食品種類繁多，尤以臺中市最為豐富，包括太陽餅、芋頭酥、芋頭餅、祈福餅、綠豆凸、月餅、酥餅，其中以太陽餅最為有名。太陽餅的興起及發展與中部的優良農業資源，以及都市發展息息相關，臺中市因地理位置適中，南來北往旅客最佳的伴手禮，隨著鐵路、公路的交通脈動，太陽餅在臺灣各地建立起口碑，進而成為臺中市的重要特色名產。

然而，近年來鳳梨酥的熱潮也在中部崛起，現今鳳梨酥和太陽餅皆代表著臺灣中部。臺灣鳳梨酥在 2010 年創造新臺幣 250 億元產值，為臺灣農業帶來新的契機，而近年來糕點企業商以土生土長的鳳梨製作鳳梨酥，在中部農產生產資源豐富遍植稻米、甘蔗、鳳梨等農作物的加持之下，部分農企業開始大量收購中部農產鳳梨的地方，並加工創新口味生產成新一代的鳳梨酥，此替中部鳳梨酥掀起另一波高潮，更奠定鳳梨酥為中臺灣地區的優良名產。

土鳳梨酥的風行，一方面令農民團體與企業團體異業結盟，活絡起農村經濟，創造就業機會，解決農村的貧困問題；另一方面發展臺灣的精緻農業，並加以行銷，如此一來更為中彰投區域帶來了許多就業機會與經濟效益，如南投的鳳梨酥製造商「微熱山丘」，即因堅持使用土生土長的鳳梨，每年預估收購全臺 1500 萬臺斤鳳梨，其中 400 萬臺斤將來自南投與彰化，為當地及其他地區地農村帶來了許多就業機會與經濟效益。

2.醃漬食品-蜜餞

臺灣蜜餞消費量驚人，根據統計平均每人每年吃掉 4 公斤各類蜜餞(壹週刊，2004)。屬於醃漬食品中的蜜餞是彰化縣員林鎮重要的地方特色產業，彰化縣員林因鄰近鄉鎮盛產水果，首要原料不虞匱乏，再加上少陰雨利於日曬

乾燥等條件，新鮮水果在糖分、鹽分和時間的催化下，經過鹽的搓洗、糖的發酵，幻化成數百種不同的口味組合，所產的各式梅干、蜜棗、芒果干、楊桃干、橄欖等頗受歡迎，而過去在工業發展時期則以蜜餞與罐頭的食品工業為主，銷售店家多集中於員林鎮百果山一帶，成為員林鎮經濟發展的源頭，現今彰化員林百果山的蜜餞各家獨特的風味乃是臺灣拜訪親友的伴手禮、聊天喝茶的點心。

3.酒品

臺灣中部氣候良好舒爽，水質優良、農產品種類多且產量豐碩可用於加工與釀酒，如葡萄、荔枝、梅子、百里果...等等，因此中部區域不論從農產原料、水質到釀酒皆能生產出高品質且獨特風味水果酒，其中南投縣釀酒技術悠久更是國內酒類釀造的重要地方，南投縣埔里酒廠由於埔里水質好，因而成為臺灣產製紹興酒的重鎮，埔里酒廠更是產業與藝文結盟的成功典範，全國首座「酒文化館」傳承歷史酒鄉文化，同時讓傳統酒業創新意，開發一系列紹興風味食品。

4.茶品

臺灣因地處亞熱帶，在地形、氣候與環境皆適合茶樹生長，加上高山地區終年雲霧繚繞，是孕育優質茶的好地方。早期臺灣茶業以外銷為主，隨著我國國民所得及生活水準提高，飲茶風氣非常盛行，促使我國內外銷茶園面積則漸增加。

臺灣的茶區多分布於山坡、丘陵或山區，而中部區域因地形之優勢，與終年氣溫在攝氏 15 至 24 度左右，有利茶樹生長，中部區域茶產區分佈概況如，並以南投縣為我國產量最大的茶區，是全臺最主要的茶原料來源，也是市面上知名罐裝茶飲料的生產基地。南投縣地形與氣候好，因此南投各個鄉鎮幾乎均有產茶(表 8-2-1)，其中以名間、鹿谷、竹山的茶園面積最廣且集中，且生產包裝各項作業均以專業分工發展成熟，以名間鄉的松柏長青茶、鹿谷鄉凍頂烏龍、竹山鎮杉林溪高山茶最為有名，因此逐年增產售價較高。

表 8-2-1　中彰投區域特色茶品種植鄉鎮

縣市	鄉鎮	特色茶品
南投縣	名間鄉	松柏長青茶(埔中茶)
	鹿谷鄉	凍頂烏龍茶

	竹山鎮	烏龍茶、金萱
	仁愛鄉	霧社盧山烏龍茶
	水里鄉	玉山烏龍茶
	信義鄉	玉山烏龍茶
	魚池鄉	日月紅茶
	中寮鄉	二尖茶
	南投市	青山茶
臺中市	和平區	文山包種茶

資料來源：本計畫整理

茶葉消費是食品消費的一環，也是國人飲食文化的一環，茶葉除了用於泡茶，也可用於食品加工，很多研究已顯示添加茶葉成份—兒茶素或茶多酚的食品，其產品品質及保健功效優於一般產品，茶葉成份的萃取及進一步加工將帶動茶產業的發展。中彰投區域茶茶品品質優良，且具獨特風味，未來中彰投區域政府與業者共同努力推動茶文化與茶葉產銷的活動，藉由此活動的辦理牽動了民間產業的發展，結合觀光休閒、生活茶藝等發展中部區域茶文化，並加強建立優良茶品牌形象，擴展茶業銷售通路，提昇中彰投區域茶業國際知名度。

茶飲文化是一個由時間和空間交錯的整體，茶飲文化與糕餅點心文化相當搭合，目前南投縣因主要產地而有大型茶品活動--茶鄉健康節活動，未來可結合臺中市的臺中糕餅節相互配合，或合併活動在各地方舉辦，奠定中部茶飲與糕餅文化的基礎及優勢，效能倍增。

二、中部在地音樂產業整合

中臺區域由於地理優勢及歷史背景影響，成為不同人文資源凝聚交匯地點，孕育出多采多姿的音樂、舞蹈、地方工藝等特色資產，並藉由許多藝文表演活動的舉辦，透過民眾體驗參與方式展現中臺區域人文藝術之風情。而本研究規劃之「中臺灣音樂美食文化節」即整合了臺中、彰化、南投三縣市地方音樂、藝能等文化資源提供民眾共同參與欣賞，同時亦可推廣、展現、傳承中臺區域文藝資源之優勢，以無形的文化資產形塑出中臺區域另一層風貌。以下則分別針對臺中、彰化、南投三縣市之音樂藝文特色資產做更深入的介紹。

1.臺中市音樂人文特色資產

關於臺中市音樂人文資產，最為人稱道即為后里地區銅管樂器之製造及演奏，目前為全國製造西洋樂器之重鎮，然而后里之所以擁有全臺最為密集

的銅管製造商，可追溯至六十餘年前多位音樂愛好者之提倡，克服技術及設計困難發展製造，成為銅管樂器之先驅，也奠定了后里地區樂器製造業之基礎，至今每年皆參與德國、美國所舉辦的世界樂器大展，並獲得相當大的贊同。基於樂器製造業發展之優勢，臺中市政府於近年來也積極推廣音樂藝文活動，例如表現最為亮眼的年度爵士音樂節就融合了多種薩克斯風、爵士鼓、鋼琴等樂器開放演奏，提供民眾於十月微涼的夜幕下盡情欣賞音樂饗宴，目前也已成為臺中市年度重要特色活動。臺中市透過這一系列的音樂藝文活動，注入創意、流行、活力等精神，邀請中部獨立樂團、特色街頭藝人、搖滾樂團共同塑造臺中多元文藝風貌，展現音樂人文資源之豐碩，也成為推廣行銷臺中都市人文氣息的最佳優勢。

2.彰化縣音樂人文特色資產

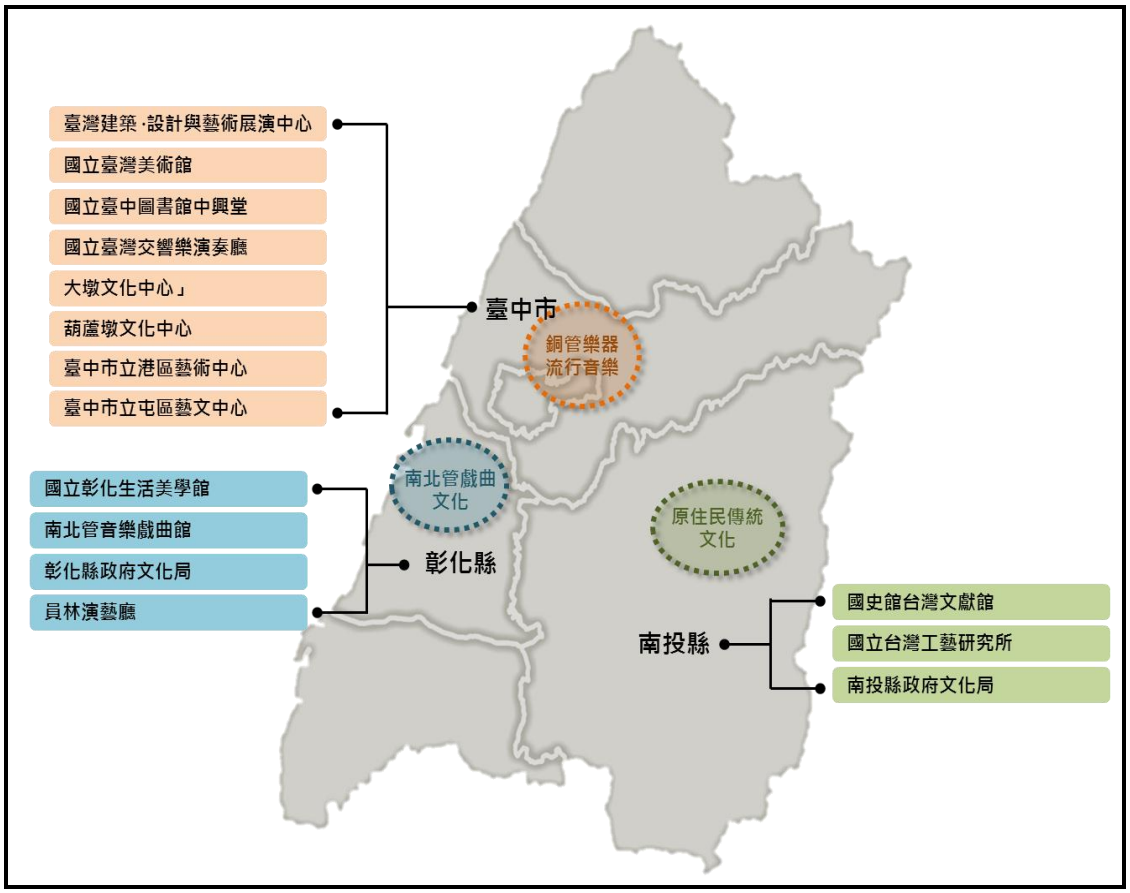
彰化縣是目前南管、北管音樂戲曲保存最完整的地方，縣內傳統樂團眾多，例如北管梨春園、集樂軒；南管雅正齋、聚英社、遏雲齋等，這些傳統樂器就成為彰化縣音樂人文資產中最為珍貴的瑰寶。過去南管、北管等戲曲在臺灣傳統音樂發展上扮演極為重要的角色，南管樂曲較為典雅優美受仕紳喜愛，北管則因符合臺灣民間廟會迎神、建醮、婚、喪、壽慶等活動之氣氛而取代南管蔚為流行，早期於彰化縣盛極一時。目前彰化縣所成立的「南北管音樂戲曲館」，目的即是為保存南管及北管於音樂戲曲上所代表之重要定位，並透過館內展示、教育、推廣之功能，保存延續彰化傳統音樂戲曲，同時也透過舉辦各類推廣活動及展覽提供民眾體驗戲曲文化之美，並發揚彰化縣南北管戲曲之特色藝文資源。

3.南投縣音樂人文特色資產

南投縣屬於山城文化，由於許多原住民族分布於其中，故也凝聚了許多特色資源集中於此，其中主要之特色資產包括布農族的「小米開墾祭」、「小米播種祭」、「收穫祭」及最具代表的「射耳祭」，而為配合祭典進行，布農族也發展出相當複雜且獨特的八部合音，以及七弦杉木琴、口簧琴、弓琴等布農族特色音樂及風俗；泰雅族的紋面及傳統織布、藤編技能；賽德克族紡織、頰紋；鄒族「播種祭」、「收穫祭」與「瑪雅士比祭」；以及日月潭邵族的特色漁獵方式，例如「浮嶼誘魚」、「魚筌誘魚」等，以及因為稻糧槌打去穀所發展出的杵音之舞、氏族祖靈祭、拜鰻季及豐年祭等重要祭典則成為目前日月

潭觀光旅遊重要的音樂、藝文表演活動。以上所發展的地方傳統特色近年來也期望藉由各類型活動宣揚展現南投原住民之音樂、文化特色資產。

透過上述對於臺中、彰化、南投三縣市特色資產之介紹，可了解於中臺區域內之音樂、藝文等無形資產相當豐富且別具地方特色，另外在空間資產方面，中臺區域目前也具備許多文化展演設施及藝文空間，如臺中市即包含了「臺灣建築·設計與藝術展演中心」、「國立臺灣美術館」、「國立臺中圖書館中興堂」、「國立臺灣交響樂演奏廳」、「大墩文化中心」、「葫蘆墩文化中心」、「臺中市立港區藝術中心」、「臺中市立屯區藝文中心」等空間場域；而彰化縣境內也提供了「國立彰化生活美學館」、「南北管音樂戲曲館」、「員林演藝廳」、「彰化縣政府文化局」等藝文中心；以及南投縣「國史館臺灣文獻館」、「國立臺灣工藝研究所」、「南投縣政府文化局」等藝文展演廳(參閱圖 8-2-1)。於此，檢視中臺區域音樂人文特色資源後，更可突顯出中、章、投地區對於無形的特色資產及有形的空間資源都具備相當多元、豐厚的資源基礎。



資料來源：本研究整理

圖 8-2-1　中臺區域音樂人文資源分布圖

肆、交通運輸環境

俗話說:「吃在中國」,臺灣的美食已經是到訪過的國外友人印象最深刻的特色,尤其臺灣人的創意無限,總是能夠在不管是食材還是烹飪方式上屢創巧思,兼顧傳統以及創新的美食文化,是臺灣人的福氣以及驕傲,是臺灣一向非常重要的觀光資源。又有一說「民以食為天」,單純的美食節活動,已經是足夠吸引人的事件經濟了,如果能夠額外再搭配其他活動,則可同時兼顧到人類的飲食需求以及精神活動,想必更能增加吸引民眾出門來參加的意願。

音樂結合美食則是巧妙結合了臺中市、彰化縣、南投縣原本既有的音樂能量,將獲得民眾佳評不斷的爵士音樂節、日月潭花火節等利用美食巧妙地結合在一起,再加上彰化的傳統戲曲、南投工藝、后里樂器,規劃為三地同時展開的跨縣市活動,而活動場地之間地理空間上的隔閡,需要依靠交通運輸作為活絡之經脈,所以,大眾運輸的健全與否,是重要的關鍵之一。

所以要舉辦音樂美食文化節,在交通運輸方面要考量到兩件事:

一、健全大眾運輸環境

從現在到東亞運開始這短時間內可能無法立即改善目前三縣市的公車路網覆蓋率不足的現況,所以可參考臺北市的花博經驗,在活動的期間針對公共運輸不足的部分加以補強,經過活動場地的部分路線加開班次,並且各場地之間也都有班次固定的接駁公車,在交通結點機場、港口、高鐵車站、臺鐵車站、國道客運轉運站,都設有旅客導覽指示、海報與動線指標、路線指標,盡量做到無縫運輸,除了前述資訊的無縫以外,時間的無縫,包括 5 分鐘的步行轉乘時間等,以及服務的無縫,票證收費整合等;當然也可以提供免費的大眾運輸服務,這方面就要看規劃單位是否有足夠預算,以及如何衡量。

二、加強及預防交通事故發生

任何活動最怕的就是意外的發生,以免美事變成憾事,所以在整體交通維持計畫方面,還是得要多多仰賴執法機關的配合,在人潮聚集處,如各運輸結點、活動場地,除了定點監視以外,也要加派員警巡邏;在各主要的運輸道路,在特定時段可以變更時制計畫,以防止車流量的增加,也必須加強查緝違規行為,例如違規停車、超速等,會對行人造成妨礙及危害,以及搶黃燈、搶紅燈、違規超

車等，會對車流造成干擾，也會影響安全。總而言之，在交通安全方面，務必要做到讓遊客可以安心的吃、安心的聽音樂、安心的看展覽。

伍、科技產業走廊發展

一、中臺區域地方工藝產業發展現況

觀察中部區域產業發展除了發達的工商業外，還保有以在地文化為基礎的地方特色傳統工藝聚落，內含多元的音樂、工藝、美食等特色產業，如臺中后里薩克斯風、大甲藺草編織、臺中市豐原蓬萊漆器、彰化南北管戲曲、南投竹山竹木工藝及信義布農部落雕染、埔里陶藝、酒品以及彰化新港交趾陶技術等傳統產業聚集深植於地方(參見表 8-2-2、圖 8-2-2)。這些傳統產業皆是由地方居民共同開發具有當地文化特性之資源，塑造在地化、特色化產業價值，其中更是具備延續地方產業，傳承歷史、文化及技能之精神，然而如何將地方工藝產業之知識、技術與故事延續發展，現今已有許多城市利用節慶活動作為推廣行銷的方式，以不同地區特色產業與其生活氛圍共同創造出獨特新意象。有鑑於此，本研究透過研擬大臺中特色音樂美食活動結合中臺區域各地傳統工藝特色產業，共同行銷大臺中地區文化、觀光與產業等優勢資源。

表 8-2-2　中臺區域地方特色產業聚落及發展背景

聚落地點	產業類別	產業發展背景與特色
臺中市后里區	薩克斯風	經歷六十餘年歷史成為后里傳統音樂產業聚集發展地區，臺灣約六成以上的製造商聚集於此，締造后里銅管樂器之鄉的美名。
臺中市大甲區	藺草編織	大甲昔日為草帽、草蓆生產重鎮，一度享有草編王國稱號，後因編織材料漸為人造纖維所取代，造成藺編沒落，直至近年來積極推動傳承大甲藺編工藝技術。
臺中市豐原區	蓬萊漆器	日治時期因日本傳統對於漆器的喜愛而在臺灣廣植漆樹。過去有百分之九十以上的漆器工廠位於臺中，且多集中於豐原市附近一帶。
彰化縣	南北管戲曲	南管、北管早期因經濟蓬勃發展而在彰化縣盛極一時，在民間的迎神、建醮、婚、喪、壽、慶等活動中時常出現，又可稱為臺灣古典樂。
南投縣竹山鎮	竹木工藝	因竹山擁有豐富的竹林資源，生活常用竹材遍佈，故政府於竹山延平地區設立竹材專業加工區，推動竹產業。
南投縣信義鄉	雕染	布農族擁有多樣特殊圖騰作為布農文化意象的表徵，為傳承老祖先的雕刻、染色技藝，近年來結合觀光，一方面為恢復傳統，同時亦可推廣布農文化特色。

南投縣埔里鎮	陶藝	南投集集添興窯是陶藝文化傳統先驅，70年起因應臺灣陶瓷業生態轉型，開始朝陶藝文化結合觀光多元化經營，現階段走向產品多元設計、結合酒品特色共同行銷。
彰化縣新港村	交趾陶技術	嘉義奉天宮於1904、1906年兩次大地震中受創嚴重，地方仕紳於是聘請閩南地區名匠到新港承作廟頂剪粘與交趾陶工作，進而使交趾技術於新港地區繁衍，至今新港地區從事交趾陶及剪粘的從業人員仍居全臺之冠，具有「新港剪粘、交趾巢」之說。

資料來源：本研究自行整理

資料來源：本研究自行整理

圖 8-2-2　中臺區域地方傳統產業聚落示意圖

近年為提倡多元文化城市風貌，臺中市逐步強化形塑地方藝文風氣，透過展演空間的設立、藝術園道的建置以及各項藝文活動的推行，目的即在於吸引民眾體驗地方生活與藝文精神，並保存延續地方文化特色產業，而本計畫將從音樂產業的脈絡結合中部工藝、美食特色延續進行一整季的活動，透過臺中市藝文城市風貌結合中部區域特色資源舉辦「中臺灣音樂美食文化節」，規劃內容包括臺中

爵士音樂、彰化傳統戲曲、日月潭原住民文化、臺灣樂器展以及中部在地傳統美食與工藝嘉年華，以節慶活動方式行銷臺中市城市風貌、彰化縣傳統工藝以及南投原住民文化，提供民眾體驗不同生活風格與氛圍，同時亦為大臺中地區帶來藝文、觀光產業上的契機。

二、「中臺灣音樂美食文化節」之配套機制與策略

為輔助行銷臺中市於中臺灣音樂美食文化節的推動，產業方面所提供的配套機制建議為「凝聚地方產業共同意識，發展整合異業共同行銷策略」：

臺中市規劃整合臺中、彰化、南投三地區之文化特色產業，透過推動藝文活動方式結合產業、文化、娛樂、休閒觀光發展，作為推廣行銷地方特色產業及保存傳統文化的策略，吸引群眾前來體驗中臺灣藝文產業的魅力，而大型節慶活動除了提昇地方文化資產價值外，也會帶來許多產業上的經濟效益，對於整合意願方面也是一大助力，因此，最為關鍵的問題就落在對於活動上的共識以及如何將共識轉化為動能落實。對於規劃常態或年度性的特色活動，除了確立活動目標外，需建立良好的溝通平臺彙整地區產業間之建議，並針對不同產業特性進行資源整合，發展異業共同行銷的策略意識，例如針對地方型特色產業聚落個別做包裝，或是以資源共享的方式結合大小型活動共同舉行，並塑造集體的活動精神與意象。從上述中部區域的特色產業來看，具備有音樂產業的后里薩克斯風、彰化南北管戲曲，以及地方工藝的大甲、埔里、竹山、新港等特色產業，若能藉由中臺灣音樂美食文化節的舉行串聯帶動產業的發展，並由各地方產業凝聚集體共識，一同透過本活動整合發展共同行銷策略，建議活動所需元素皆由中臺地區相關產業提供輔助，例如美食飲品以中臺特色農產為主、禮品包裝可結合紙藝、竹藝類產業，於套裝活動行程規劃上亦可搭配中部旅館業、百貨業等，提供參與民眾於活動中徹底體驗中部區域資源之豐沛，進而使地區型產業能透過事件經濟之舉行達成預期效益，帶動中部地方型產業的活化。

本研究規劃之中臺灣音樂美食文化節，即試圖傳達營造出低碳生活與音樂、美食融合地方特色文化的具體精神，型塑大臺中「文化‧經濟‧國際城」之意象，於科技產業項目上對於活動的配套、行銷及軟硬體設備之需求，如音樂美食節搭配自行車單車路線的規劃建置、活動資訊與傳播系統上的支援，透過臺中優良的區域產業資源協助，期望一同達成中臺灣音樂美食文化節活動，提昇臺中市之國際城市競爭視野。

陸、文化創意與觀光產業發展

本分項在「中臺灣音樂美食文化節」此一事件經濟方案上，所提出的配套策略為「觀光資訊雲端系統建置」。除了使國外旅客可快速與更便利的瞭解大中臺灣音樂美食文化節之具體內容外，還可透過本系統瞭解大臺中觀光資源與年度其他節慶活動，遊客利用進行資訊的遊覽，並且以本系統建議之套裝遊程，進行旅遊活動，由於本系統可透過具資訊快速流通，與訊息傳遞無遠弗屆優勢的雲端運算技術，利用具有大量儲存空間之優勢，建立本地相關觀光資訊內容資料庫，透過友善、多語系人機介面與高速安全網路進行資訊傳遞，誘發顧客消費動機，進行消費行為。

觀光本質上，即是同時透過觀光遊憩實地體驗之方式，進行個體的觀光旅遊行為，因此本計畫以國外學者 Clawson 和 Knetsch（1966）所提出多階段性遊憩體驗的（multi-phase）觀念架構，所區分遊憩體驗五階段：預期（anticipation）－旅遊計畫階段、旅途中（travel to）－旅行途中階段、現地活動（on site）－到達目地的從事遊憩活動階段、回程（travel back）－旅遊回程階段、回憶（recollection）－為前四個階段記憶之回想。以下透過五個階段分別進行觀光資料庫整合與應用相關說明（參考圖 8-2-3）。

一、預期 - 旅遊計畫階段

在本階段，客戶會進行行程之規劃，以及瞭解與收集欲前往之旅遊地各項相關資訊，因此在本階段運用之資通訊技術服務，主要在於建立本地觀光訊息資料庫，本資料庫內容包含本地提供觀光服務之機構、各式觀光套裝行程與內容項目、相關旅行事務之安排（入境簽證辦理、航班資訊提供與選擇、入住飯店安排等各項重大訊息）、線上諮詢與預約機制、觀光景點資訊提供，本地當年重大節慶活動行事曆、優惠促銷活動等，透過上述各項功能之服務，促使目標市場客戶能在無時差、無空間限制的狀態下，透過觀光官方網站，即時獲知本地相關觀光各項資訊，同時可透過線上登錄諮詢與預約服務，進行套裝遊程的選擇與訂購，可即時獲得本地專責人員之服務與建立雙方聯繫管道，用以獲取更進一步之資訊與資料提供，同時使用者透過網站資料庫之搜尋，可對大臺中相關觀光資訊，與陸海空交通運輸接駁服務資有初步瞭解，訊，同時也可將相關資訊，藉由 package 方式，整合為一資料檔，便於後續階段使用。

二、旅途中 - 旅行途中階段

在本階段，則需透過雲端技術的高運算速度與無線網路之協助，讓客戶能在前一階段利用智慧型手機或筆電，在出發前，先行在網站資料庫下載好本次旅程相關資訊 package，藉由離線瀏覽方式閱讀訊息，同時可以在具備無線上網之環境中，利用網站或 QRCODE 行動 2 維條碼，掃描下載最新資訊進行瀏覽，而本地業者也可隨時透過 QRCODE 同步更新重要資訊，方便客戶隨時上網更新。同時本地業者也可透過使用者在旅途中上網登入之機制，瞭解目前客戶之旅行狀態，並開始進行接待之前置作業。此階段中，亦可規劃建置店家名片資訊整合系統，客戶可在旅遊計畫階段先行至網站上下載 app，就可在旅途中運用此系統將散亂眾多的店家名片，即時透過系統 e 化，再也不用煩惱收集回來的名片要放在哪裡。

三、現地活動 - 到達目地的從事遊憩活動階段

在到達目的地之後，客戶可立即在機場、高鐵、臺鐵等主要交通服務設施，所設立之服務接待中心，辦理本此旅程之相關手續，並辦理手機門號登 錄作業。另外，在辦妥相關手續後，繼續進行觀光旅遊活動，此部份可透過連結觀光主題旅遊網站，瞭解觀光資源，並透過旅遊地觀光資訊服務站或以手機掃描 QRCODE 行動 2 維條碼下載，同時可利用旅遊地服務中心與商店，透過手機進行掃描 QRCODE，可以獲得多國語言之介紹，用以做為採購紀念品或伴手禮之資訊參考，同時可將自行拍攝之照片或自行收集之具有紀念意義之相關電子觀光資訊上傳至雲端資料庫。

四、回程 - 旅遊回程階段

在本階段，客戶結束所有行程，離境之前，可透過雲端資料庫系統，將本次行程中，所有上傳之檔案進行下載製作程光碟交與旅客，由專人解說服務。另外可將本次在觀光旅遊行程中，由客戶自行點選手機內自行拍攝照片，以線上列印方式，直接輸出贈與遊客做為紀念。同時，可以利用本次客戶各項行為紀錄之統計，用以做為客戶觀光產品項目選擇、旅遊行為與消費等基礎資料收集與分析，用以做為後續行銷策略與機制管理之用。

五、回憶 - 前四個階段記憶之回想階段

在旅客回國後，旅客可透過官方網站進行後續相關問卷資料之填答，並且透過意見回饋機制，反應此次旅程之經驗與意見。讓本地觀光公私機構可以進行改善與意見回報，用以提高旅客滿意度與忠誠度，利用口碑行銷，吸引旅客之親朋好友體驗大臺中觀光旅遊服務。

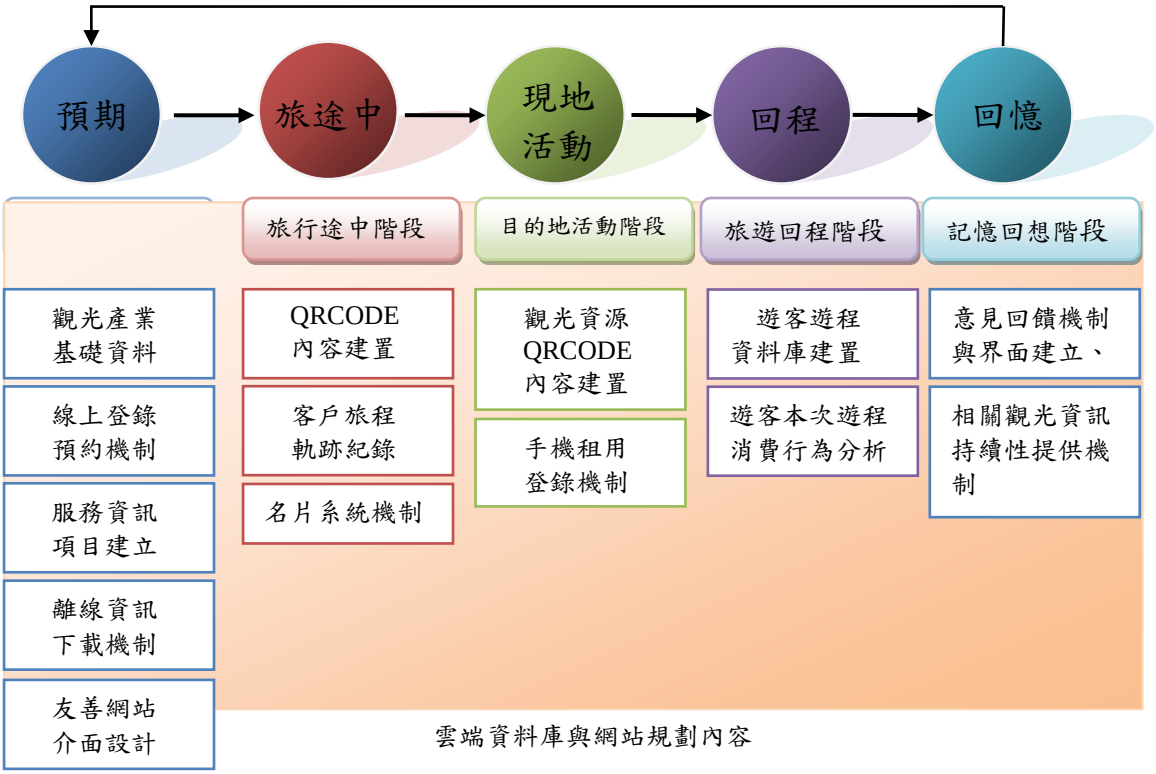


圖 8-2-3　觀光資訊雲端系統建置規劃內容

柒、都市更新結構更新

欲提昇城市競爭力，市容景觀美化為不可或缺的重要因素之一。臺中市推動中臺灣音樂美食文化節，預期將帶來廣大的觀光人潮及商機，此時正是形塑大臺中城市形象，提昇國際競爭力的重要時刻，遂本項目將配合事件經濟，藉由都市更新手法來提昇都市景觀、美化市容、推動環境綠美化等，引導都市再生、活化。

音樂美食文化節主要為點的活動，由點向外擴展為面，帶動都市整體活動活絡，遂在都市更新方面，為了能在短期給觀光遊客留下良好的都市印象，首項要件是須將點（主要活動場所周邊）進行更新，爾後再透過針灸效用，由點的擴大帶動面的更新。有鑒於此，本計畫於主要活動場所周圍地區將以整建維護為主，拆除重建為輔。

一、拆除重建

配合音樂美食活動舉辦，主要針對活動場所周邊之土地使用現況進行檢討，其中彰化市舊城區為彰化市主要商業區，其發展以小型零售業之市街行商業為主，彰化市眾多著名小吃皆坐落於此，傳統工藝發展亦起源於早期廟宇興建與整建需求，發展出雕刻工藝與陶藝等，遂配合此次活動，應積極推動彰化市舊城區都市更新案。

彰化市舊城區都市更新計畫區面積 59.1856 公頃，其中包含有商業區（64.04%）、住宅區（6.55%）、9 處古蹟保存區（3.09%）、2 處市場用地（1.11%）、4 處機關用地（2.30%）、1 處廣場兼停車場用地（0.25%）、1 處鄰里公園兼兒童遊樂場用地（0.11%）及道路用地（22.55%）。然在土地使用現況上，區內以住宅使用（主要分布在街廓內部）及商業使用（主要分布在街廓沿街面）為主，在建物結構上以 RC 為主，樓層數多為 1-5 樓，建物型態以連動為主 。而在土地權屬上，以私人土地為主（佔計畫區 75.76%），公有土地（佔計畫區 24.24%）主要分布於公共設施及道路用地。

然為配合此次文化音樂美食節舉辦，形塑彰化古城意象，建議應優先推動古蹟更新再活化，建議優先進行定光佛廟更新部分，初步構想定光佛廟主體以維護方式更新，其於鄰近建物以拆除之方式處理，規劃為開放空間，塑造整體景觀風貌。

二、整建維護

配合本次音樂美食活動範圍涵蓋廣泛，遂針對幾處環境髒亂、建物老舊之活動重點地區，進行整建維護措施，初步建議範圍有臺中市逢甲商圈周圍 200 公尺範圍內之建築物、臺中市中華夜市周圍 200 公尺範圍內之建築物與南投縣伊達邵地區。

依據都市更新整建維護實施辦法，將上述地區劃定為都市更新整建維護策略地區，針對結構完整但外觀窳陋老舊之建築物，加高補助金額，以鼓勵民眾主動申請，其整建維護內容包含社區道路綠美化、騎樓整平或門廊修繕、無遮簷人行道植栽綠美化、舖面工程、街道家具設施、立面修繕工程（含廣告招牌拆除及鐵窗拆除）、外觀綠美化工程（如陽臺綠美化）、外牆清理、維護公共安全必要之公用設備修繕及更新。

此外彰化縣舊城區為本活動一重要據點，遂其應配合 9 處古蹟與多處歷史建築、特色建築，透過城鄉風貌改造計畫，形塑古蹟串聯軸線，進行歷史街區維護保存再活化，延長觀光客駐留時間，帶動地區文化觀光產業，達到觀光與文化兼顧的目標。

捌、國際化都市行銷暨城市意象建構與城市品牌創造

大型文化慶典活動的舉辦可促進都市行銷，並可建構城市之意象；同時，藉由其與城市地區特色(如自然、歷史、精神、建築、經濟發展、產業等)之結合，配合地區本身資源，亦可打造城市行銷之識別度。就臺中市而言，目前已有爵士音樂節、大甲媽祖文化慶典等許多每年成功舉辦之活動，而本研究研提之「中臺灣音樂美食文化節」，更在於整合各項活動，利用中彰投在地資源來建立大臺中獨特的城市特質。因此，針對「中臺灣音樂美食文化節」，本分項以策略性行銷方式，提出以下配套規劃，來進一步建構大臺中獨特的城市意象以及創造其良好的城市品牌。

一、整合地方創意產業資源，塑造城市品牌

大臺中具有非常豐沛的創意產業資源，如太陽餅、特色自行車、金工工藝、薩克斯風產業、音樂展演產業、臺中歌劇院等等，形成臺中發展文化觀光的重要基礎，為來將大臺中在地產業結合觀光資源，擴大規模舉辦中臺灣音樂美食文化節吸引國外觀光客體驗在地的風土民情及藝術展演，運用國際觀光市場行銷與臺中形象推廣，以推廣至國際舞台上，整合本地觀光資源及文化行銷策略，增加在國際上的曝光度。

二、整合行銷推廣

1. 舉辦國際旅展：定期舉辦全球大型國際旅展及獎勵旅遊國際會議展，以宣傳音樂美食文化節活動。
2. 專案推廣活動：前往重要旅遊市場辦理觀光推廣會，向當地民眾、媒體與旅遊業者行銷中臺灣音樂及美食產業。
3. 中小型旅展、僑界文化活動或外貿協會商展： 除大型旅展、推廣外，也配合各地僑界活動或商展全力推廣。
4. 結合各旗艦觀光景點及旗艦觀光活動相關產業資源，整體行銷。

5. 編印中、英、日、韓文宣摺頁並與電視台、網路、報紙、雜誌、廣播電台等媒體及各民間企業團體合作加強宣傳。
6. 形象宣傳：將具動感與活力表達臺灣獨特生命力之宣傳影片，運用平面與電子媒體向國際傳達，進行大臺中形象宣傳， 如國際知名電子媒體 Discovery、國家地理頻道、ESPN 、CNN 與 TIME 雜誌等購買廣告宣傳。
7. 宣傳品：以城市、景點、特色、節慶為主題印製大臺中旅遊及節慶活動主題摺頁、手冊、海報、光碟等。
8. 國際機場宣傳：於國際重點機場如美國、法國、德國、英國等地設置燈箱、360 度影像播放、高速公路 T-Bar 等設備宣傳臺灣。

第三節 行動計畫

本節以推動「中臺灣音樂美食文化節」此一事件經濟方案為軸心，同時，亦考量都市治理、智慧型都市、區域資源整合、交通運輸環境、科技產業走廊發展、文化創意與觀光產業發展、都市更新結構更新、以及國際化都市行銷暨城市意象建構與城市品牌創造等八個構面的相關配套機制與策略，而進一步提出本事件經濟的行動計畫，並藉由計畫中各項活動的執行，使得「中臺灣音樂美食文化節」的推動與發展能夠更為全面及多元，並能進一步將中部區域聯合發展的願景更加落實。

壹、計畫目標

本計畫之推動總目標，主要透過整合臺中市及周邊縣市（彰化縣、南投縣）之區域資源，基於臺中市地理區位及交通運輸優勢，以中臺灣現有節慶活動為基礎，經統籌平台推動音樂創意文化及飲食產業整體發展，落實人才培訓及永續經營，並提升周邊觀光、文創工藝等產業之發展及經濟效益。同時，藉由計畫中整體活動規劃，透過文宣品及旅展促銷優惠方式行銷推廣，提高國內外知名度，吸引人潮，將中臺灣文化推展至國際舞台。如此將對臺中市之在地產業結合及國際形象樹立有正面效益，進而能夠將臺中市發展為音樂飲食文化之國際城。

臺中爵士樂的延續發展對於提昇國際競爭力是不可或缺的必然元素。近年來臺中爵士樂已逐步打下紮實基礎，爵士音樂週(鍾愛 爵 飆)未來之發展內容必將其活動規劃年齡分層化與活動型式多元化。

在彰化傳統戲曲週(民俗音樂嘉年華)方面，將以傳統、民俗延續為走向，雖為傳統工藝樂器之突顯，但仍可發展貼近現代曲風，以獲取更多新生代年輕人的關注，對提昇中臺灣的國際競爭力也有正面的幫助。

在日月潭原住民音樂花火節方面，透過音樂活動的舉辦藉以發揚日月潭周邊特色文化，藉此讓日月潭觀光融入原住民音樂的氣息，帶動周邊之商業的多元性與躍動感。

臺灣樂器展及國家歌劇院音樂饗宴之主要目標在於讓中臺灣成為臺灣樂器的故鄉，將原本於后里舉辦之樂器展擴大舉行，並以國家歌劇院為主要場館，持續推動音樂在中臺灣的渲染力。

在地美食是搭配音樂活動最好的催化劑，推出「在地美食及工藝文化嘉年華」，能讓遊客在品味地方美食及體驗地方傳統手工藝創作之餘，也可以同時欣賞音樂文化。

貳、計畫內容與可行性

本計畫將設立「中臺灣音樂美食文化節推動委員會」作為統籌單位，除三縣市政府的相關部門的主管之外，邀請文化藝術團體、相關音樂協會、食品與樂器業者、旅行與旅館業者共同組成，作為此一事件經濟方案的常設規劃機制，採取「跨域治理」的理念與模式，研擬行政配套機制，以凝聚跨縣市共識並整合「觀光遊憩」及「文化教育」等相關資源。由於「中臺灣音樂美食文化節」中的五項活動乃是現有且實際可行的，而本計畫的特點乃是將這些中部地區現有且知名的活動予以串接與擴大，故以下將針對各項活動之內容進行說明：

一、爵士音樂週(鍾愛 *爵* 飆)

爵士樂的活動內容對於整體承旭上之編排有重大之影響，本計畫內容如下:

1. 爵士樂週由主辦單位邀請國內外的知名爵士音樂人或樂團進行層遞性之演出，包括爵士鋼琴比賽、爵士新秀比賽等等。
2. 以爵士音樂為主題，透過大專院校及藝文社團，舉辦爵士樂創意海報設計比賽、爵士文化藝術市集等相關活動，創造甚至是中臺灣對於爵士的自明性，讓爵士樂融入城市的風格，感染整體生活的型態與都市景觀。
3. 表演以不一樣的樂器作為主題，如鋼琴、鼓、薩克斯風、管樂器及弦樂器等，除了週邊表演活動讓民眾能近距離輕鬆體驗不同之爵士音樂風情之外，並依其性質配合規劃樂器體驗、異國美食等分區。

二、彰化傳統戲曲週（民俗音樂嘉年華）

彰化傳統戲曲週貯要強調的就是傳統文化之傳承，誘使新的概念在傳統架構下激發，其內容如下：

1. 民俗音樂嘉年華活動，以南北管等傳統戲曲為發起點，以南管整絃大會、北管大匯演等，樹立在地風情的延續性。
2. 貼近現代曲風的創作，可邀請國外傳統音樂戲曲創新示範演出、南管新生代的創作表演等，讓傳統的因子多添了新的生命力，讓彰化的傳統戲曲添

加新的活力與生命，並讓傳統文化與現代化結合，進而迸出新的火花與可能性。

3. 邀請對岸的南管團隊和南美安地斯樂團來臺灣演出，進行兩岸和國際的文化交流，也可將其發展成為跨越海峽的跳躍亮點計畫。

三、日月潭原住民音樂花火節

日月潭為南投最負盛名的地點之一，其自然環境與音樂文化接具有其獨特性，計畫內容如下：

1. 以南投邵族為主的部落音樂及舞蹈，突顯在地音樂與舞蹈特色，同時以 參與式的體驗活動讓民眾得以有互動的機會，透過表演讓遊客更加了解各族間不同之文化特色。
2. 配合原住民文化以設計主題光霧水舞秀，並搭配煙火施放作為表演之結束，也讓花火節的活動成為提昇在地競爭力的重要活動主軸之一。
3. 原住民特色美食，讓民眾得以獲得不同於都市一般的飲食環境，突顯在地的美景環境，同時提供原住民特色美食之展示及銷售，讓遊客能夠在周末的日月潭湖邊滿足其聽覺、視覺及味覺。
4. 傳統手工藝展售，讓遊客能體驗並參與當地工藝文化的創作，透過體驗式的遊程規劃強化在地的記憶與再遊之意願。
5. 泳渡日月潭活動，藉以提昇國際行銷與包裝上的話題性，並可搭配自行車的配套活動來豐富整體策劃。

四、臺灣樂器展及國家歌劇院音樂饗宴

音樂活動始於樂器與技巧上的差異，也因此樂器展及音樂饗宴的洗禮更是不可或缺的環節，計畫內容如下：

1. 后里馬場可提供樂器展示區、樂器體驗區、樂器診所及樂器交流區、樂器尋珍等樂器相關的活動內容。
2. 邀請在地及臺灣各地樂器師傅至現場與遊客互動，說明樂器的組織與意涵及自製簡易樂器，並舉辦藝術市集，進行相關的文化交流。
3. 整合中彰投不同類型之音樂，於國家歌劇院盛大舉辦，透過網路宣傳同時讓參與觀眾與旅客對於中臺灣音樂有更多的深刻印象。

五、在地美食及工藝文化嘉年華

本行動計畫分為三個項目：

1. 以夜市文化突顯在地美食的象徵，並可透過票選方式選出中彰投各地最具人氣指標之在地美食。
2. 將中彰投三地之異國傳統美食、韓國美食、地方特色美食小吃、客家美食、原鄉料理等，作完善之融合性結合，也在爭取國際旅客來臺之餘，讓遊客能有故鄉的口味得以選擇。
3. 地方美食及傳統手工藝伴手禮主題館。在會展現場提供中彰投三地之在地伴手禮，並以音樂營造會場氣氛，並提供中臺灣音樂美食文化節各項表演及場地交通資訊。

表 8-3-1　「中臺灣音樂美食文化節」各分項活動預計時間表

分項活動	活動時間	說明
爵士音樂週 (鍾愛 爵 飆)	擬於 2013 年每年八月份第一週舉辦	由於墾丁春吶音樂季舉辦於每年四月，貢寮海洋音樂祭於每年七月，而為搭配臺灣兩大音樂饗宴之進行，且六至八月為臺中購物節舉辦期間，並考量遊客及青年學子便於安排暑假假期以及戶外表演之氣候上因素；活動行程將於八月份安排進行四週，每週更換有不同的活動主題及安排動態活動。
彰化傳統戲曲週 (民俗音樂嘉年華)	擬於 2013 年起每年八月份第二週舉辦	
日月潭原住民音樂花火節	擬於 2013 年起每年八月份第三週舉辦	
臺灣樂器展及國家歌劇院音樂饗宴	擬於 2013 年起每年八月份第四週舉辦	
在地美食及工藝文化嘉年華	擬於 2013 年起每年八月份舉辦，為期一個月。	

參、合作縣市

總計畫以「中臺灣音樂美食文化節推動委員會」作為統籌單位，再針對分項計畫涉及縣市進行各部門協調及資源整合，以臺中市、彰化縣、南投縣作為合作縣市，以音樂美食為媒介，推動地方產業發展。

肆、財務可行性

以下針對「中臺灣音樂美食文化節」中的各項活動，先分別概述其經費來源與籌措方式，再予以概估活動中的相關支出以及其創造的各項收益(如表 8-3-2)。

表 8-3-2 「中臺灣音樂美食文化節」財務規劃表

	爵士音樂週	彰化傳統戲曲週	日月潭原住民音樂花火節	臺灣樂器展及國家歌劇院音樂饗宴	在地美食及工藝文化嘉年華	備註
支出項目						
(一)經常門經費						
1.整體廣告行銷活動	0.4	0.3	0.2	0.3	0.3	
2.人員雇用與培訓	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
3.邀請國內外團體	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
4.場所與相關設備租用	0.5	0.2	0.7	0.3	0.2	
5.行政管理	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	
6.交通接駁	0.1	0.2	0.2	0.1	0.2	
小計	**1.4**	**1.1**	**1.5**	**1.1**	**1.2**	
(二)資本門經費						
1.活動場館整建	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
2.活動資訊平台建置	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	
3.公共服務設施	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	
小計	**0.5**	**0.5**	**0.5**	**0.5**	**0.6**	
合計	**1.9**	**1.6**	**2.0**	**1.6**	**1.8**	
收入項目						
1.門票收入	0	0	0	1.05	0	
2.營業權利金收入	0.8	0.5	0.5	0.5	0.8	
3.廣告收入	1.5	0.5	1	1	2	
4.企業或團體贊助	1	0.5	0.5	1	1	
合計	**3.3**	**1.5**	**2.0**	**3.55**	**3.8**	

一、經費來源與籌措方式

為了推動「中臺灣音樂美食文化節」此一事件經濟之各項活動，除了設置「中臺灣音樂美食文化節推動委員會」作為統籌單位之外，依據上述財務規劃表，本計畫之五項主要活動其總收入大於總支出，因此，整體計畫之經費籌措，建議可成立「中臺灣音樂美食文化節計畫資本基金」，以活絡其各項活動之財務運作。五項活動的舉辦時程皆規劃為 2013 年起每年度舉辦，茲將「中臺灣音樂美食文

化節計畫資本基金」之財源說明如下：

(一)計畫首年度(2013 年)

由於本計畫中的各項音樂、美食與文化等活動皆已分別為中、彰、投三縣市在其文化展演與觀光推廣上的中程施政目標，因而本計畫所規劃的特點在於將這些中部地區現有且知名的活動予以串接與擴大，以達到整合行銷的效果。此項計畫預計於設置「中臺灣音樂美食文化節推動委員會」後，協調各縣市文化局、觀光旅遊局以及相關單位進行各項經費規劃，再向各縣市議會提出詳細財務計畫，除了循該年度預算程序編列部分經費，並尋求相關廠商與團體之贊助。同時，將籌措之經費撥入「中臺灣音樂美食文化節計畫資本基金」，以供各項活動之統籌使用。

(二)計畫後續年度

本計畫於 2013 首度執行後，五項主要活動皆為每年度舉辦，其各項活動之支出乃由「中臺灣音樂美食文化節計畫資本基金」統籌調度，所有之收入亦皆回歸「中臺灣音樂美食文化節計畫資本基金」。由於預估此五項主要活動的整體收入大於支出，故在歸墊原先公部門撥入的經費後，可將其所創造之盈餘則再納入「中臺灣音樂美食文化節計畫資本基金」，以作為後續年度執行「中臺灣音樂美食文化節」中各項活動的主要經費來源。

二、支出面

(一)經常門經費

爵士音樂週 1.4 仟萬元，彰化傳統戲曲週為 1.1 仟萬元，日月潭原住民音樂花火節為 1.5 仟萬元，臺灣樂器展及國家歌劇院音樂饗宴為 1.1 仟萬元，在地美食及工藝文化嘉年華為 1.2 仟萬元。各項支出內容如下：

1. 整體廣告行銷活動：委託專業行銷顧問團隊，辦理活動全程之各項宣傳(電子與平面媒體)、公關、招商與贊助募集作業等整體事項規劃與執行。
2. 人員雇用與培訓：委託專業人力資源公司，辦理活動期間之相關人力雇用與相關訓練工作。
3. 邀請國內外團體：邀請國內外各類相關之展演團體。
4. 場所與相關設備租用：租用各地之展演場館以及相關音樂器材設備等。

5. 行政管理：活動中各項行政作業及管理費用，含各項水電雜支、臨時人力、場地清潔維護、器材設備之借用與維護等。
6. 交通接駁：交通運輸相關各類支出，設置臨時轉運站，公車轉乘接駁服務等。

(二)資本門經費

爵士音樂週 0.5 仟萬元，彰化傳統戲曲週為 0.5 仟萬元，日月潭原住民音樂花火節為 0.5 仟萬元，臺灣樂器展及國家歌劇院音樂饗宴為 0.5 仟萬元，在地美食及工藝文化嘉年華為 0.6 仟萬元。各項支出內容如下：

1. 活動場館整建：所有活動的展演或舉辦場址，除目前仍規劃興建中的水湳經貿園區會展中心與臺中大都會歌劇院外，其餘室內或戶外場地皆利用現有之館所、文化中心或廣場等，故此部分支出主要為場地之整修與布置。
2. 活動資訊平台建置：此部分為建置網路交流展演平台，除了相關資訊的整合，亦可達到共同資源分享交流之目的。同時，可配合中臺灣文化藝術館群整合計畫，使民眾充分利用中部三縣市之文化資源。
3. 公共服務設施：包含各項無障礙設施、道路標誌、休息與餐飲區、活動廁所等。

三、收入面

爵士音樂週 3.3 仟萬元，彰化傳統戲曲週為 1.5 仟萬元，日月潭原住民音樂花火節為 2.0 仟萬元，臺灣樂器展及國家歌劇院音樂饗宴為 4.0 仟萬元，在地美食及工藝文化嘉年華為 3.8 仟萬元。票箱收入的估算乃參考相關活動之票價以及往年參與類似活動之人數來予以估算，而營業權利金收入、廣告收入、企業與團體贊助等則參考往年經驗，依本計畫設定之規模予以概估。各項收入內容如下：

1. 門票收入：本計畫之音樂文化活動為推展性質，以吸引觀光人潮進行週邊的消費，故僅國家歌劇院音樂饗宴有門票收入。
   國家歌劇院音樂饗宴(以臺北國家劇院平均票價估算)：500 元*3 萬參觀人次*70%(扣除老人票、學生票、團體票優惠)=1.05 仟萬元
2. 營業權利金收入：營業權利金項目包括樂器租用、停車場、餐飲、文創工藝、伴手禮與商品販售等各項外包之權利金收入。
3. 廣告收入：活動舉辦期間各項廣告刊登之收入。

4. 企業或團體贊助：活動中廠商與協會的各項贊助，亦包含所提供之商品優惠折扣等。

伍、環境可行性

在爵士音樂週中，主要地點位於臺中市，活動主要在於噪音控管問題，落實時間流程控管則可提高可行性。

在彰化傳統戲曲週中，活動在彰化縣既有室內演藝空間進行，於環境結構上並不會產生負面影響。

日月潭原住民音樂花火節之活動主要舉辦在南投縣既有室內演藝空間進行，戶外表演部分則會挑選生態敏感度較低之區域進行，不致於產生破壞環境的狀況發生。

在臺灣樂器展及國家歌劇院音樂饗宴方面，目前國家歌劇院之地點已確定，未來若有空間上之需求，以水湳經貿生態園區為優先考量，以確切落實其環境可行性。

另外，在地美食及工藝文化嘉年華之舉辦，則必須考量到環境衛生與資源浪費問題，也因此必須先行設立專責單位進行美食產品衛生稽查、環境衛生維護巡查、區域垃圾處理設施與清運計畫，同時提供必要的緊急醫療協助計畫。

陸、預期效益

總體預期效益中，在實質效益方面，此事件經濟之各項活動可達直接效益約 5 仟萬元以上之淨收入；同時，預計藉由吸引 140 萬以上的參與人次，可促進額外周邊觀光、餐飲、文創等產業的整體間接效益約 18 億元以上。而在非實質效益方面，則是藉由整合中部區域各項資源，提昇相關產業能見度，落實人才培育及市民內涵，來達到建構音樂美食文化城之願景；此外，亦透過活動的包裝與行銷，凸顯臺中市的優勢所在，藉此達到提昇大臺中國際都市層級與競爭力的目標。

一、實質效益

(一)直接效益

為投入各項經費後所可獲得的直接收益，在「中臺灣音樂美食文化節」

此一事件經濟中，估計直接收益可達 14.15 千萬元，包含票箱收入、各項營業權利金收入、廣告收入以及企業與團體之贊助等；同時在扣除各項支出項目後，亦可達到 5 仟萬元以上的淨收入。

(二)間接效益

為投入各項經費後所能衍生的價值，亦即所產生的連鎖效應後的收益。在爵士音樂週中，根據 2011 年臺中爵士音樂節之規模，概估可吸引 80 萬人次參與相關活動；在彰化傳統戲曲週中，根據往年彰化傳統戲曲週之規模，目前粗估約可吸引 10 萬人次參與活動；在日月潭原住民音樂花火節方面，根據往年日月潭花火節吸引之人潮規模，目前粗估約可吸引 15 萬人次參與活動；在臺灣樂器展及國家歌劇院音樂饗宴方面，根據 2011 年臺中后里樂器節舉辦之規模，預計可帶來 15 萬人次至相關設定音樂場域參與各項活動；而美食工藝活動的舉辦可伴隨音樂產業而衍生，根據 2011 年臺中美食展吸引之人潮，在地美食及工藝文化嘉年華預估將有 20 萬人次參與。因此，若依據「中華民國 2010 年國人旅遊狀況調查報告」的國人國內旅遊每人每次平均費用(包含交通、餐飲、購物與住宿等)為新臺幣 1,289 元來估算，則 140 萬的總參與人次約可創造 18 億元的周邊商機。總和來說，乃透過這些人潮的吸引效果，除了帶動相關音樂文化、美食餐飲等產業效益，亦可有效挹注整體觀光旅遊產業的發展。

二、非實質效益

(一)社會效益

此效益為活動之舉辦所能產生對社會有利的影響，以「中臺灣音樂美食文化節」此一事件經濟而言，除了上述直接與間接效益之外，此一部分乃在於對音樂與工藝文化活動的推廣與紮根，並透過地方美食文化的加乘效果，逐步實現大臺中建構文化城的願景。同時，亦能藉由有效整合中部地區的各項資源，提昇相關產業的能見度，進而能夠落實音樂、工藝以及美食等各項文化的予續傳承。

(二)其他效益

此一部分主要在於透過「中臺灣音樂美食文化節」的各項活動，包括各類音樂會的舉辦、優質文化城市意象的建構、拓展相關產業的發展等，來進

一步包裝與行銷大臺中，對外可提昇中部地區的國際能見度，對內則能拓展民眾的國際視野，並且除了帶動後續的觀光旅遊人潮，亦有助於後續相關活動之舉辦。同時，藉由強化大臺中在區位上的優勢，凸顯其不論是在推動產業發展、促進文化教育以及推廣優質休閒等各方面，都可成為典範，並由此可進一步提昇大臺中的國際都市層級與其競爭力。

第九章 結論與建議

第一節 研究結論

本研究以「事件經濟」做為研究主軸，探討大臺中如何藉由「事件經濟」的有效執行，來達到提昇國際都市層級與競爭力的目標。因此，在本節中將分別以「臺中市城市競爭力指標」、「臺中市發展事件經濟的基礎條件」、「臺中市事件經濟方案評選之過程與結果」與「臺中市事件經濟方案之預期效益」四個部分，來綜整本研究的各項結果。

壹、臺中市城市競爭力指標

臺中市於去年(民國 99 年)底正式合併升格為中部地區的唯一直轄市後，如何整合整個中部地區的資源來進一步永續發展就成為一個相當重要的課題。因為臺中市不僅是中部地區的領頭羊，更肩負著帶領整個中部地區向上提昇的火車頭角色，因此其競爭力的提昇就顯得更加重要。為了提昇大臺中的城市競爭力，本研究除了檢視既有資源與現況問題之外，亦參考全球城市競爭力報告之城市競爭力指標、經濟學人資訊社(EIU)最適居住城市指標、以及 IMD 世界競爭力指標，並借鏡標竿城市的成功範例，思考藉由那些評選指標來衡量推動事件經濟後所帶來的競爭力提昇；此外，本研究亦考量到事件經濟方案中各項行動計畫的計畫可行性、財務可行性、環境可行性等層面，最後歸納建構出一套適合臺中市且具國際標準的都市競爭力的指標系統，以作為事件經濟方案的評選標準。

此一「臺中市城市競爭力指標」的內容乃是包括政府效能、經濟條件、生活環境、基礎設施等四個主要構面的一級指標，以及公共財政、組織體制、資源整合、執行效率、產業結構、價格結構、投資吸引力、環境衛生、民眾參與、文化教育、休閒娛樂、場地支應、大眾運輸、信息聯繫等 14 個次要構面的二級指標(詳細內容請參見表 3-1-15)。而本研究亦是依據此一指標系統，針對各項研擬的事件經濟方案(中臺灣音樂美食文化節、媽祖繞境朝聖文化祭、臺灣國際工具機會展、臺灣國際自行車會展)，來進一步評選出較適合臺中市未來推動的方案；而從另一方面來看，臺中市亦可因為執行本研究評選後更妥善規畫的事件經濟方案(大臺中自行車競技暨國際會展、中臺灣音樂美食文化節)，而確實達到國際都市

層級以及城市競爭力的有效提昇。

貳、臺中市發展事件經濟的基礎條件

本研究以「事件經濟」做為研究主軸，希望藉由「事件經濟」的推動，來達到提昇大臺中國際都市層級與競爭力的目標。而本研究分析標竿城市(首爾、上海與香港)在推動事件經濟的經驗與成效之後，發現大臺中確實在許多條件的支持下，非常適合發展事件經濟，以此來做為推動都市進步的手段，並發揮其槓桿作用，帶動整體市政建設的水平；同時，由於臺中縣市合併升格後，現亦處於區域資源整合階段，因此若藉由事件經濟的推動來加強中部各縣市各部門間的合作聯繫，將可使事件經濟的效果更為擴大。如此除了可提昇大臺中國際都市層級、強化城市的整體競爭力之外，更能夠妥善利用整個中部地區的資源，達到互補與共享的效果，並進而帶領整個中臺區域同步發展。

而為了發展適合臺中市推動的事件經濟方案，本研究的重要工作之一就是徹底調查並了解整個大臺中，甚至整個中、彰、投地區的現況及資源，進而能夠盤點出相關的基礎條件以支應事件經濟的推動。本研究乃以產業經濟、休閒娛樂、文化觀光三個面向，來盤點臺中市發展事件經濟的基礎條件，而以下乃就本研究評選後所規劃兩個事件經濟方案，由此三個面向來總結其可推動發展的基礎條件：

一、產業經濟面

就發展「大臺中自行車競技暨國際會展」而言，中部地區在自行車、精密機械以及手工具產業，均具有高度的國際競爭力，且臺灣自行車廠商在全球據點的產值已高居為世界第一，並擁有完善的上、中、下游供應體系，而臺灣自行車產業前三大分別為巨大(臺中市)、美利達(彰化縣)、愛地雅(臺中市)，其在臺中、彰化地區亦已形成整車廠與零組件廠商間綿密的產業網路；此外，自行車產業界已成功轉向創新高值化發展，目前全球中高級自行車多由臺灣供應，臺灣中部地區更是全球高級自行車的生產重鎮。就發展「大臺中音樂美食文化節」而言，近年來大臺中亦積極推動美食觀光產業發展，除了舉辦如「十大伴手禮」等活動，更結合創作料理、珍珠奶茶、夜市小吃、地方特色美食等來擴大整體行銷；此外，大臺中在強化地方特色音樂工藝文化產業上亦有相當亮眼的成績，例如后里爵士樂器產業、彰化之南北管、戲曲與南投之原住民歌謠舞蹈等，都是中、彰、投區

域的亮點所在。綜上所述，大臺中在產業經濟面上，確實有推動此兩事件經濟的基礎條件。

二、休閒娛樂面

就發展「大臺中自行車競技暨國際會展」而言，自行車強調低碳、環保的概念，更能夠與現代人崇尚健康、樂活的生活型態密切結合。同時，臺中市亦已獲得中央評選為中部地區示範的低碳城市，後續將以「海區、山區、屯區」做為打造低碳城市的基石，並結合中臺區域生活圈與運輸網路向外延伸擴展，寄望以此成為推動低碳環保城市的領頭羊，在此背景之下推動此一事件經濟完全符合大臺中未來發展的需求。就發展「大臺中音樂美食文化節」而言，結合音樂、美食與文化的節慶活動往往可以提供群眾獨特的休閒娛樂體驗，進而可強化當地之印象行銷。在特色美食上，臺中以糕餅聞名、彰化則有肉圓、南投更是著名的竹鄉與茶鄉，因而中臺灣的美食文化乃是相當多元；此外，在音樂文化上，臺中的爵士音樂節、后里的薩克斯風工藝、彰化的南管傳統戲曲以及南投日月潭的花火音樂節，每年亦為中臺灣吸引眾多的人潮，而結合這些特點後擴大發展的此一事件經濟乃因此而更具吸引力。綜上所述，大臺中在休閒娛樂面上，確實有推動此兩事件經濟的基礎條件。

三、文化觀光面

就發展「大臺中自行車競技暨國際會展」而言，合併後的臺中市不再只是單一的都會區，其擁有更具深度的觀光資源，而加上生活圈的概念之後，以觀光的層面來看，整個中、彰、投地區已然融合成一體；就文化的層面來看，亦廣泛包含有客家、原住民文化以及著名的歷史與宗廟文化(如彰化鹿港舊城區、大甲媽祖遶境等)，因而結合自行車的遊憩方式，遊客將可更深入探索整個中臺區域，而不僅只是短暫的停留。就發展「大臺中音樂美食文化節」而言，若將中臺灣的多元化音樂、美食與民俗工藝加以整合後，亦可產生加乘的效益；同時，藉由活動系統之整編，來塑造出一個大型跨區域之整合行旅遊型態，包含音樂(Music)、飲食(Eat)與文化(Culture)之融合，將可成為臺灣民眾的休閒旅遊新目標，亦可因此而行銷國際。綜上所述，大臺中在文化觀光面上，亦確實有推動此兩事件經濟的基礎條件。

參、臺中市事件經濟方案評選之過程與結果

本研究在事件經濟方案的初步研擬階段提出包含「媽祖繞境朝聖文化祭」、「中臺灣音樂美食文化節」、「臺灣國際工具機會展」、「臺灣國際自行車會展」四項方案，隨後再將這些方案依「臺中市城市競爭力指標」系統來進行方案評選，問卷發放計畫人員與相關科系之研究助理，共計獲得有效問卷 48 份，以 1~10 分進行評比，採用指標權重法來計分，各事件經濟方案之評分詳見(表 6-5-2)。依據評分後結果，以「臺灣國際自行車會展」、「中臺灣音樂美食文化節」被評選為最適合大臺中推動發展的事件經濟。

「臺灣國際自行車會展」的生活環境指標為四項事件經濟方案中被評分最高者，因自行車在環境衛生、休閒娛樂此兩項二級指標中，獲得高分。使用自行車可減少排碳量，同時亦有休閒娛樂、健身的附加效果，且一般民眾參與門檻低、普及率高。此外，在經濟條件指標中，自行車產業是中臺灣的強項，臺灣的三大自行車公司(捷安特、美利達、愛地雅)皆在中臺灣，故由中臺灣來推動自行車國際會展與行銷，可快速提昇大臺中的能見度、知名度，並藉由自行車的優良產地品牌，鞏固自行車品牌王國的美譽。同時，為了配合臺中市申辦東亞運，自行車競技活動亦可成為規劃考量重點。

「中臺灣音樂美食文化節」評分較高的原因亦在於經濟條件指標的分數較高。中臺灣音樂美食具有以下優勢：在音樂有臺中爵士樂、后里薩克斯風、彰化南管戲曲、南投原住民文化音樂等；在美食方面有夜市美食(逢甲夜市、東海國際街等)、市場美食(臺中第二市場、臺中向上市場等)、臺中糕餅業、彰化肉圓、南投茶葉。而音樂美食可帶動中臺灣旅遊人數與國際能見度，展現臺灣音樂美食軟實力，進而能夠以在地特色走向國際。

綜合以上，本研究將所評選出的兩事件經濟方案再加以細部規劃並命名為「大臺中自行車競技暨國際會展」與「中臺灣音樂美食文化節」，希望藉由整合中、彰、投地區所具有的現有資源，並加以良善規劃與整體行銷，來帶動中臺區域共同發展與進步，並由中、彰、投的在地特色將中臺灣帶向國際。

肆、臺中市事件經濟方案之預期成效

本研究的前提乃在透過發展與推動事件經濟，來提昇大臺中的國際都市層級與競爭力，就研究結果來看，不論是發展「大臺中自行車競技暨國際會展」或是

「大臺中音樂美食文化節」，臺中市城市競爭力指標中的四個主要構面的一級指標(政府效能、經濟條件、生活環境、基礎設施)皆會有所提昇。在政府效能方面，此兩大經濟事件皆需要密切整合中、彰、投的區域資源，亦需要有各地行政與財政上的支持並發揮其執行效率，故此一指標必然會提昇。在生活環境方面，兩大事件經濟方案皆有達到休閒娛樂的效果，亦能有效吸引當地民眾及國內外遊客的參與；同時，自行車活動可大幅度增加在環保上的分數，而音樂美食文化節則增加了在文化教育上的分數。在經濟條件方面，此兩大事件經濟皆有整個中、彰、投地區堅強的產業基礎做後盾，其對遊客的廣大吸引力也必然可吸引廠商的支持。在基礎設施方面，不論是在場地支應、大眾運輸、信息聯繫，都必須因為發展此兩項事件經濟而有相關的配套建構，故此一指標亦會大幅提昇。因此，整體而言可以預期在執行兩大事件經濟後，大臺中城市競爭力的提昇。

就整個大臺中而言，提昇其國際都市層級與競爭力的重點並不僅僅在於指標上的提昇，而是希望藉由成功的事件經濟來帶動整體的市政建設，並能有效整合各地的資源、行銷屬於中臺灣的特色，進一步能夠成為國際新興都市，逐步達成中臺區域永續發展的願景。

第二節 研究建議

在經過本團隊近一年的研究，建議以「大臺中自行車競技暨國際會展」與「中臺灣音樂美食文化節」兩個事件經濟活動做為臺中市提昇國際都市層級以及競爭力的選擇方案，並提出各項活動規劃；同時，本研究團隊亦針對都市治理、建構智慧型都市、區域資源整合、交通運輸環境、科技產業走廊發展、文創與觀光產業發展、都市更新結構更新、與國際化都市行銷等八個面向，分別在這兩個事件經濟方案上研擬相關的配套機制與策略；最後，則提出兩個事件經濟活動的具體行動計畫。以下分別彙總整理「大臺中自行車競技暨國際會展」之活動規劃如表 9-2-1，以及其行動計畫如表 9-2-2；而「中臺灣音樂美食文化節」之活動規劃則如表 9-2-3，其行動計畫如表 9-2-4。

表 9-2-1 「大臺中自行車競技暨國際會展」之活動規劃

<table>
<tr><th colspan="5">一、東亞運自由車熱身賽</th></tr>
<tr><td rowspan="2">內容</td><td colspan="4">➢ 配合東亞運動會自由車競技項目，舉辦「東亞運自由車熱身賽」，包含自由車公路賽及室內自由車賽。</td></tr>
<tr><td colspan="4">➢ 各項分站賽程於賽前舉辦啦啦隊、有獎徵答、自行車特技等暖場活動，帶動現場氣氛；並於賽後規劃販賣在地產業、文創作品、自行車相關產品等市集，提高遊客參與度及留滯時間。</td></tr>
<tr><td rowspan="2">地點</td><td>大臺中公路長途賽</td><td>彰化公路長途賽
員林自行車園區競技場場地賽</td><td>南投日月潭
環潭公路賽</td><td>臺中城市繞圈賽</td></tr>
<tr><td>以臺中湖心亭為出發點，以臺中市各區主要街道為繞行路線，途經臺中市政府、梧棲漁港、大甲鎮瀾宮、東豐自行車綠廊、新社花海，至臺中都會公園作為終點。</td><td>1. 八卦山風景區為起點，以彰化縣各鄉鎮主要街道作為賽程路線，途經八卦山、芬園、鹿港、彰濱、芳苑、二水、埤頭、竹塘、溪州、北斗、田尾、員林、花壇，最後至八卦山大佛作為終點。
2. 員林自行車園區競技場</td><td>以向山行政暨遊客中心為起點，以日月潭環潭道路作為賽程路線，途經日月潭國家風景區管理處、文武廟、伊達邵，最後回至向山行政暨遊客中心作為終點。</td><td>以臺中水湳經貿園區自行車展覽館為出發點，臺中市主要街道為繞行路線，途經臺灣塔、臺中市政府、臺中大都會歌劇院、文心戶外圓滿劇場、臺中都會公園，再回臺中水湳經貿園區作為終點。</td></tr>
<tr><td rowspan="2">時間</td><td colspan="4">➢ 配合申辦 2017 年東亞運動會時程，並參考歷屆東亞運舉辦日期，因此擬於 2015 年 10 月份舉辦。</td></tr>
<tr><td colspan="4">➢ 依賽道規劃，各分站完賽時間約 3-4 小時；並於賽前舉辦約 1 小時的熱身活動，營造現場氛圍。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">對象人員</td><td colspan="4">➢ 活動主辦單位為東亞運動會籌備委員會，臺中、彰化、南投縣市政府為協辦單位，偕同中華民國自行車騎士協會及各地自行車俱樂部聯合推動。</td></tr>
<tr><td colspan="4">➢ 活動對象主要為自由車運動員，並針對現場加油民眾提供賽事資訊、規劃加油活動等。</td></tr>
<tr><td colspan="4">➢ 針對活動規劃事先徵選現場義工及服務人員，進行教育訓練以提供運動員或加油民眾之諮詢等服務，同時也可提升活動整體服務品質。</td></tr>
<tr><th></th><th colspan="2">二、大臺中自行車月</th><th colspan="2">三、臺中自行車博覽會</th></tr>
<tr><td>內容</td><td colspan="2">• 配合大臺中提倡低碳生活、健康休閒等政策，打造獨具臺中特色與優質生活環境的自行車城，進而提升大臺中形象。</td><td colspan="2">• 考量在地產業特性，以及配合臺中水湳經貿園區規畫，建設臺中自行車博物館及附設會展空間，籌辦自行車博覽會。</td></tr>
</table>

	• 活動規畫主要基於現有臺中市無車日之推動，以低碳城市為目標加以擴大及完善配套措施。	• 以「產業永續&健康生活」作為會展風格，透過政府與自行車產業界的通力合作，創造周邊產業商機。
地點	➢自行車通勤路線 • 配合臺中 BRT 及捷運，推動自行車租借系統，甲地租借乙地還車。	• 於臺中水湳經貿園區自行車博物館及附設會展空間舉辦，分別規劃室內展區及戶外臨時展場與試騎空間。
	➢自行車休閒路線 1.挑戰路線、2.親子路線、3.觀光路線	• 透過定時接駁車提供與會者至自行車產業聚落參訪。
時間	• 考量氣候因素，擬於 2013 年起，每年 10 月份推動大臺中自行車月，為期一個月。	• 考量與臺北自行車國際展作區別，並與國際自由車競技賽之時間點錯開，擬於每年 10 月份舉辦。
	• 後續可視推動成效延長為兩個月或每季舉辦。	• 擬於 2013 年起始於烏日會展中心舉辦，預計在 2015 年水湳會展中心完備後擴大規模舉辦。
對象人員	• 臺中市政府主辦，彰化、南投縣市政府為協辦。	• 市政府與臺灣區自行車輸出業同業公會共同舉辦。
	• 偕同中華民國自行車騎士協會及各地自行車俱樂部聯合推動。	• 活動對象主要為遊客、自行車愛好者、自行車相關的廠商及買家。
	• 活動對象為一般民眾、自行車愛好者及各業餘自行車隊。	• 針對外地旅客提供會展資訊、規劃地方觀光行程等。

表 9-2-2 「大臺中自行車競技暨國際會展」之行動計畫

「大臺中自行車競技暨國際會展」	
計畫目標	1. 透過整合臺中市及周邊縣市（彰化縣、南投縣）之區域資源，以臺灣最具出口優勢之自行車產業為基礎，提昇品牌於市場上知名度，有效吸引國際目光。 2. 吸引相關產業與優質人力資源進駐中臺灣，藉此累積中臺灣觀光遊憩能量與推動整體國際化，進一步提升大臺中國際競爭力。 3. 臺中市具自行車產業及環境資源之區位優勢，藉此計畫推動可將自行車產業文化落實於生活面，營造優質自行車使用者環境，作為整體文化形塑空間延伸。 4. 由於節能減碳為當前世界共通目標，透過活動之舉辦可對臺中市之都市定位及國際形象樹立有正面效益，進而將臺中市發展為運動休閒、節能低碳之國際城。
計畫執行	1. 設立「大臺中自行車競技暨國際會展推動委員會」作為統籌單位，除三縣市政府的相關部門的主管之外，邀請自行車業者、相關運動協會、旅行業者、會展業者共同組成，作為此一事件經濟方案的常設規劃機制。 2. 採取「跨域治理」的理念與模式，研擬行政配套機制，以凝聚跨縣市共識並整合「交通運輸」、「觀光遊憩」及「傳統製造」等相關資源。

<table>
<tr><th colspan="4">「大臺中自行車競技暨國際會展」</th></tr>
<tr><td rowspan="2">財務規劃</td><td>經費來源與籌措方式</td><td colspan="2">1. 成立「大臺中自行車競技暨國際會展計畫資本基金」，以活絡其各項活動之財務運作。
2. 計畫首年度(2013 年)
(1) 大臺中自行車月：除了可結合現行臺中市政府交通局為建構低碳城市而推動之大臺中自行車道雙環計畫，亦可配合臺中市中程施政目標中交通建設之策略，由交通局循該年度預算程序編列，其餘部分則尋求自行車協會與廠商之贊助。同時，將籌措之經費撥入「大臺中自行車競技暨國際會展計畫資本基金」，以供各項活動之統籌使用。
(2) 臺中自行車博覽會：可由廠商參展或相關活動之會展場地攤位租金支應，並可配合臺中市中程施政目標中經濟發展之策略，由經濟發展局循該年度預算程序編列部分預算予以補助。同樣，將籌措之經費撥入「大臺中自行車競技暨國際會展計畫資本基金」，以供各項活動之統籌使用。
3. 計畫後續年度
(1) 「大臺中自行車月」與「臺中自行車博覽會」為每年度舉辦，其相關活動之支出乃由「大臺中自行車競技暨國際會展計畫資本基金」統籌調度，所有之收入亦皆回歸「大臺中自行車競技暨國際會展計畫資本基金」。在歸墊原先公部門撥入的經費後，可將其所創造之盈餘則再納入「大臺中自行車競技暨國際會展計畫資本基金」，以作為後續年度執行「大臺中自行車競技暨國際會展」中各項活動的主要經費來源。
(2) 「東亞運自由車熱身賽」於 2015 年舉辦，由「臺中市東亞運籌備委員會」進行各項經費規劃，再向臺中市議會提出詳細財務計畫。經費來源亦可由「大臺中自行車競技暨國際會展計畫資本基金」予以支應，並將其盈餘再納入「大臺中自行車競技暨國際會展計畫資本基金」作為後續舉辦相關自行車競技活動的經費來源。</td></tr>
<tr><td>活動收支</td><td>支出面</td><td>經常門</td><td>1. 活動中此部分支出內容包括：(1)整體廣告行銷活動、(2)人員雇用與培訓、(3)競賽或展覽活動、(4)行政管理、(5)交通接駁。
2. 預估經費：東亞運自由車熱身賽 2.6 仟萬元(2015 年)、大臺中自行車月 3.4 仟萬元(2013 年)、臺中自行車博覽會 2.4 仟萬元(2013 年)。</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>資本門</td><td>1. 活動中此部分支出內容包括：(1)場館或展館整建、(2)自行車道建置、(3)自行車租借與保管系統、(4)公共服務設施。
2. 預估經費：東亞運自由車熱身賽 2.3 仟萬元(2015 年)、大臺中自行車月 6.5 仟萬元(2013 年)、臺中自行車博覽會 1.5 仟萬元(2013 年)。</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td colspan="2">收入面</td><td>1. 活動中各項收入內容包括：(1)票箱收入、(2)營業權利金收入、(3) 廣告收入、(4)企業或團體贊助。
2. 預估收入：東亞運自由車熱身賽 15.2 仟萬元(2015 年)、大臺中自行車月 6.5 仟萬元(2013 年)、臺中自行車博覽會 10.05 仟萬元(2013 年)。</td></tr>
<tr><td rowspan="4">預期效益</td><td rowspan="2">實質效益</td><td colspan="2">直接效益</td><td>1. 估計直接收益可達 31.75 仟萬元。
2. 在扣除各項支出項目後，亦可達到約 13 仟萬元的淨收入。</td></tr>
<tr><td colspan="2">間接效益</td><td>1. 預期吸引人數：(1)東亞運自由車熱身賽：30 萬人次遊客、(2)大臺中自行車月：60 萬自行車使用人次、(3)臺中自行車博覽會：10 萬人次國內外遊客及自行車買家。
2. 預計藉由吸引 100 萬人次參與，可促進額外周邊觀光、休閒等產業的整體間接效益約 12.9 億元。此外，亦可有效挹注自行車產業的發展。</td></tr>
<tr><td rowspan="2">非實質效益</td><td colspan="2">社會效益</td><td>1. 透過自行車活動的推廣，以及大眾運輸的轉乘效果，將能有效減少碳排量，符合國際提倡綠色環保的潮流，進而落實臺中市被選為「低碳城市」模範城市的目標。
2. 可使臺中市在邁向「自行車城」願景的同時，建立其優質生活都市之形象，無形中將增加市民的向心力及認同感，進一步獲得居民滿意度與幸福感的提昇。</td></tr>
<tr><td colspan="2">其他效益</td><td>1. 透過國際級運動賽事的舉辦、優質健康城市意象的建構、綠色環保產業的發展等，來進一步包裝與行銷大臺中，進而提昇其國際能見度，除了帶動後續的觀光旅遊人潮，亦有助於後續相關活動之舉辦。
2. 藉由強化大臺中在區位上的優勢，凸顯其不論是在推動產業發展、更新都市建構以及改善生活環境等各方面，都可成為典範，並由此可進一步提昇大臺中的國際都市層級與其競爭力。</td></tr>
</table>

表 9-2-3　「中臺灣音樂美食文化節」之活動規劃

	爵士音樂週	彰化傳統戲曲週	日月潭原住民音樂花火節	臺灣樂器展及國家歌劇院音樂饗宴	在地美食及工藝文化嘉年華
內容	• 在爵士樂週，每天表演以不一樣的樂器作為主題。	• 邀請來自臺灣各地團體參加表演加上傳統戲曲。	1. 部落音樂及舞蹈 2. 水舞與煙火表演	• 將原本於后里舉辦之樂器展擴大舉行。	• 在活動期間，推出「在地美食及工藝文化嘉年華」。
	• 舉辦爵士音樂文化之展覽。	• 邀請來自大陸的南管團隊和南美安地斯樂團來臺灣演出。	1. 原住民特色美食 2. 傳統手工藝展售 3. 泳渡日月潭活動	• 配合臺灣樂器展，可舉辦相關演奏會，整合中彰投不同類型之音樂。	• 讓遊客白天品味地方美食及體驗傳統手工藝，夜晚可欣賞音樂文化。

地點	• 中彰投三地既有文化中心、演藝廳、藝文會館等。		
	• 活動地點除室內的場所外，也將於戶外主題活動作連結，例如:園道的連結，或是三地主要道路、廣場或南投及彰化花卉展示活動等同步串連。		
	臺中	彰化	南投
	國家歌劇院、室內表演空間(中興堂與霧峰演藝廳）、市民廣場、經國園道、圓滿劇場。	彰化藝術館、員林演藝廳、南北管音樂戲曲館與埔心鄉演藝廳。	南投縣文化園區、南投縣文化局演藝廳與埔里鎮地方文化館。
時間	• 配合六至八月臺中購物節之舉辦，並考量暑假期間遊客與青年學子便於安排活動，因此時程規劃上，擬於八月份安排進行四週。計畫型塑每年活動起跑的三地齊響之「三響共鳴」，藉由各地的特色音樂來作出發。		
	• 包含主題周的三地個別活動，作一連串接力式與馬拉松式的連接，搭配「觀光列車」的啟動，來負荷整個交通運輸的流暢性。		
對象人員	• 活動的對象將會是全臺民眾以及國際旅者，服務的人、文宣、媒體皆須以國際語言的多樣性來處理。		
	• 中彰投之跨區域活動，其協辦人員訓練也必須有誇區域之機構負責，同時對於三地之溝通與協調必須有其迅速處理之能力與權力。		
	• 人員的培訓上，因活動在暑假期間，可透過校園志工，創造出中彰投特有的區域活動與校園結合案例。		

表 9-2-4　「中臺灣音樂美食文化節」之行動計畫

「中臺灣音樂美食文化節」	
計畫目標	1. 透過整合臺中市及周邊縣市（彰化縣、南投縣）之區域資源，基於臺中市地理區位及交通運輸優勢，以中臺灣現有節慶活動為基礎，經統籌平台推動音樂創意文化及飲食產業整體發展。 2. 落實人才培訓及永續經營，並提升周邊觀光、文創工藝等產業之發展及經濟效益。 3. 藉由計畫中整體活動規劃，透過文宣品及旅展促銷優惠方式行銷推廣，提高國內外知名度，吸引人潮，將中臺灣文化推展至國際舞台。 4. 對臺中市之在地產業結合及國際形象樹立有正面效益，進而能夠將臺中市發展為音樂飲食文化之國際城。
計畫執行	1. 設立「中臺灣音樂美食文化節推動委員會」作為統籌單位，除三縣市政府的相關部門的主管之外，邀請文化藝術團體、相關音樂協會、食品與樂器業者、旅行與旅館業者共同組成，作為此一事件經濟方案的常設規劃機制。 2. 採取「跨域治理」的理念與模式，研擬行政配套機制，以凝聚跨縣市共識並整合「觀光遊憩」及「文化教育」等相關資源。

<table>
<tr><th colspan="5">「中臺灣音樂美食文化節」</th></tr>
<tr><td rowspan="4">財務規劃</td><td>經費來源與籌措方式</td><td colspan="3">1. 成立「中臺灣音樂美食文化節計畫資本基金」，以活絡其各項活動之財務運作。
2. 計畫首年度(2013 年)
協調各縣市文化局、觀光旅遊局以及相關單位進行各項經費規劃，再向各縣市議會提出詳細財務計畫，除了循該年度預算程序編列部分經費，並尋求相關廠商與團體之贊助。同時，將籌措之經費撥入「中臺灣音樂美食文化節計畫資本基金」，以供各項活動之統籌使用。
3. 計畫後續年度
五項主要活動皆為每年度舉辦，其各項活動之支出乃由「中臺灣音樂美食文化節計畫資本基金」統籌調度，所有之收入亦皆回歸「中臺灣音樂美食文化節計畫資本基金」。同時，在歸墊原先公部門撥入的經費後，可將其所創造之盈餘則再納入「中臺灣音樂美食文化節計畫資本基金」，以作為後續年度執行「中臺灣音樂美食文化節」中各項活動的主要經費來源。</td></tr>
<tr><td rowspan="3">活動收支</td><td rowspan="2">支出面</td><td>經常門</td><td>1. 活動中此部分支出內容包括：(1)整體廣告行銷活動、(2)人員雇用與培訓、(3)邀請國內外團體、(4)場所與相關設備租用、(5)行政管理、(6)交通接駁。
2. 預估經費：爵士音樂週 1.4 仟萬元，彰化傳統戲曲週為 1.1 仟萬元，日月潭原住民音樂花火節為 1.5 仟萬元，臺灣樂器展及國家歌劇院音樂饗宴為 1.1 仟萬元，在地美食及工藝文化嘉年華為 1.2 仟萬元。</td></tr>
<tr><td>資本門</td><td>1. 活動中此部分支出內容包括：(1)活動場館整建、(2)活動資訊平台建置、(3)公共服務設施。
2. 預估經費：爵士音樂週 0.5 仟萬元，彰化傳統戲曲週為 0.5 仟萬元，日月潭原住民音樂花火節為 0.5 仟萬元，臺灣樂器展及國家歌劇院音樂饗宴為 0.5 仟萬元，在地美食及工藝文化嘉年華為 0.6 仟萬元。</td></tr>
<tr><td colspan="2">收入面</td><td>1. 活動中各項收入內容包括：(1)票箱收入、(2)營業權利金收入、(3) 廣告收入、(4)企業或團體贊助。
2. 預估收入：爵士音樂週 3.3 仟萬元，彰化傳統戲曲週為 1.5 仟萬元，日月潭原住民音樂花火節為 2.0 仟萬元，臺灣樂器展及國家歌劇院音樂饗宴為 4.0 仟萬元，在地美食及工藝文化嘉年華為 3.8 仟萬元。</td></tr>
<tr><td rowspan="4">預期效益</td><td rowspan="2">實質效益</td><td>直接效益</td><td>1. 估計直接收益可達 14.15 仟萬元。
2. 在扣除各項支出項目後，亦可達到 5 仟萬元以上的淨收入。</td></tr>
<tr><td>間接效益</td><td>1. 預期吸引人數：(1)爵士音樂週： 80 萬人次參與相關活動、(2)彰化傳統戲曲週：10 萬人次參與活動、(3)日月潭原住民音樂花火節：15 萬人次、(4)臺灣樂器展及國家歌劇院音樂饗宴：15 萬人次、(5) 在地美食及工藝文化嘉年華：20 萬人次。
2. 預計藉由吸引 140 萬以上的參與人次，可促進額外周邊觀光、餐飲、文創等產業的整體間接效益約 18 億元以上。此外，亦可有效把注整體觀光旅遊產業的發展。</td></tr>
<tr><td rowspan="2">非實質效益</td><td>社會效益</td><td>1. 對音樂與工藝文化活動的推廣與紮根，並透過地方美食文化的加乘效果，逐步實現大臺中建構文化城的願景。
2. 藉由有效整合中部地區的各項資源，提昇相關產業的能見度，進而能夠落實音樂、工藝以及美食等各項文化的傳承。</td></tr>
<tr><td>其他效益</td><td>1. 各類音樂會的舉辦、優質文化城市意象的建構、拓展相關產業的發展等，來進一步包裝與行銷大臺中，對外可提昇中部地區的國際能見度，對內則能拓展民眾的國際視野，並且除了帶動後續的觀光旅遊人潮，亦有助於後續相關活動之舉辦。
2. 藉由強化大臺中在區位上的優勢，凸顯其不論是在推動產業發展、促進文化教育以及推廣優質休閒等各方面，都可成為典範，並由此可進一步提昇大臺中的國際都市層級與其競爭力。</td></tr>
</table>

在全球化的衝擊之下，不僅國與國之間的競爭愈趨激烈，結合區域資源的城市競爭力概念更成為追求永續發展的一種思考主軸，而適當的「事件經濟」活動則成為城市競爭力能夠有效提昇的一種策略手段。本研究以「事件經濟」做為探討大臺中國際城市競爭力的研究主軸，藉由參考國際各大城市推動「事件經濟」的經驗與成效、調查中臺區域的各項現況，進而研析選定大臺中未來首要推動的

「事件經濟」方案，並再延伸至本研究八個面向(包括：都市治理、建構智慧型都市、區域資源整合、交通運輸環境、科技產業走廊發展、文創與觀光產業發展、都市更新結構更新、以及國際化都市行銷等)的相關配套策略與機制，同時規劃出活動內容以及各項行動計畫，以此來具體呈現出由事件經濟所帶動的整體城市規劃藍圖，並希望能夠藉此打造臺中市新的城市格局，更進而能逐步實現大臺中的國際願景。

參考書目

上海市統計局（2001）。**上海市國民經濟和社會發展歷史統計資料**，中國統計出版社。

上海市城鄉建設和交通委員會（2010）。**上海世博會規劃**，上海科學技術出版社。

上海市統計局，**上海市統計年鑒 2001~2008**，中國統計出版社。

上海投資網，http://www.shanghaiinvest.com/

上海統計局網站，http://www.stats-sh.gov.cn/

上海網站，http://www.shanghai.gov.cn/

上海人民政府網站，http://www.shanghai.gov.cn

上海市人民政府網站 http://www.shanghai.gov.cn/shanghai/node2314/index.html

上海市發展和改革委員會，http://www.shdrc.gov.cn

上海投資網，http://www.shanghaiinvest.com/

上海世博官方網站，http://www.expo2010.cn/

王永康、鄭魁浩（2002）。**沿海開放區域創新系統研究**。寧波：浙江大學出版。

王緝慈（2001）。**創新的空間：企業集群與區域發展**。北京：北京大學出版社。

內政部營建署都市更新網，http://twur.cpami.gov.tw/invest/i-index.aspx

內政部營建署。**區域計畫地理資訊查詢系統**，http://gisapsrv01.cpami.gov.tw/fcu-gis/default.asp

中部科學園區網站，www.ctsp.gov.tw

中華民國都市計畫學會 http://www.airoc.org.tw/km-portal/front/bin/ptdetail.phtml?Category=100051&Part=0018

中華鄉村發展學會（2010）。**中部地區觀光遊憩整體發展計畫案**。南投縣：南投縣政府委託。

中華聯網寬頻專區，http://61.67.114.72/chart_map/01.html

中國社會科學院公共政策研究中心（2002）。**中國公共政策分析 2002 卷**，中國社會科學出版社。

江啟臣（2006）。**全球化下城市競爭力指標之探討**，研考雙月刊，30（5），27-41。

江昇飛（2005）。**區域產業創新系統關鍵發展因素之研究**。國立中山大學公共事

務管理研究所碩士論文，未出版，高雄市。
文化創意發展法（2010）。
日月辰工程顧問有限公司（2007），中臺灣空運門戶之空間發展策略計畫。
世界經濟論壇(World Economic Forum)，http://www.weforum.org/
田尾鄉公所全球資訊網站，http://www.tienwei.gov.tw/，2011 年 9 月 2 日瀏覽。
全球城市競爭力報告（2007-2008）
全球城市競爭力報告（2009-2010）
全球化城市研究中心，http://globalizing-cities.blog.ntu.edu.tw/
全球地標網站，(http://www.skyscrapers/)
交通部觀光局（2010）。**2009 年來臺旅客目的統計**，
http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp
交通部觀光局（2010）。**99 年 12 月暨全年觀光市場概況概要**，
http://admin.taiwan.net.tw/statistics/release_show.asp?selno=2864
米蘭國際家具展公司，http://www.cosmit.it/
成都會展網，www.cdexpo.com.cn/
多倫多政府網站，http://www.toronto.ca/
亞維儂城旅遊中心 http://www.ot-avignon.fr/
亞維儂藝術節官方網站 http://www.festival-avignon.com/
行政院研究發展考核委員會城市競爭力知識網，http://govware.nat.gov.tw/
行政院經濟建設委員會網站，http://www.cepd.gov.tw/
行政院經濟建設委員會網站，http://www.cepd.gov.tw/m1.aspx?sNo=0011406
行政院主計處。**中華民國統計資訊網--縣市重要統計指標查詢系統**，
http://ebas1.ebas.gov.tw/pxweb/Dialog/statfile9.asp
行政院（2010）。**觀光拔尖領航行動方案核定本**，
http://www.ey.gov.tw/public/Data/02241011871.pdf。
行政院經建會（2009）。**愛臺 12 建設總體計畫**。臺北：行政院經濟建設委員會。
李長晏（2007）。**邁向府際合作治理—理論與實踐**。臺北：元照。
李長晏（2009）。**臺灣都會治理問題研究**。行政院研考會委託研究案
（RDEC-RES-097-008）。
吳淑娟（2007），戰後臺灣茶業的發展與變遷，國立中央大學歷史研究所碩 士論文。
吳育哲（2011），自行車休閒運動傷害風險因素之研究，逢甲大學運輸科技與管

理研究所碩士論文
杭州市，杭州公共自行車網站--http://www.hzzxc.com.cn/
呂依錡，2007，全球生產網絡與地方回應-以中彰地區自行車產業為例-，國立臺北大學都市計畫研究所碩士論文
周志龍（2003）。**全球化、臺灣國土再結構與制度**。臺北：詹氏出版。
英國經濟學人資訊社(Economist Intelligence Unit)，http://www.economist.com/
林秉慧（2004）。**文化產業之策略聯盟類型探討—以臺中市犁頭店麻芋文化產業為例**。朝陽科技大學建築及都市設計研究所碩士論文，未出版，臺中市。
青島國際啤酒節官方網站，http://www.qdbeer.cn/
首爾市政府網站，http://tchinese.seoul.go.kr/
哈爾濱冰雪節官方網站，www.harbin-ice.net/
紀俊臣（編著）（2006）。**都市及區域治理**。臺北：五南。
紀俊臣、蔡承叡（2009，7 月）。臺灣國土空間規劃一點多心與地方發展策略設計評析。**第三屆地方自治與民主發展研討會**，東海大學省政大樓會議廳。
香港旅遊發展局，www.discoverhongkong.com/taiwan/mustknow/family
連玉明（2003）。**中國決策白皮書**，中國時代經濟出版社。
莊麗香（2006）。**六堆客家文化創意產業行銷策略及成效之研究**。國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文，未出版，高雄市。
許勝淵（2005）。**產業聚落遷徙之結構變遷分析：以臺灣模具產業為例**。國立中興大學企業管理學系研究所碩士論文，未出版，南投縣。
許慶輝（2009）上海新天地注入的文化元素對重慶城市建設的文化啟示，重慶建築，8（6），7-9。
財團法人工業技術研究院（2009）。**提昇城市國際競爭力先期規劃及推動期末報告**。臺北：行政院經濟建設委員會。
財團法人建築中心、行政院經濟建設委員會、王啟賢、許銘文、許添本（2010）。**德國空間規劃技術實務研討第二期計畫**。臺北市：行政院經濟建設委員會。
財團法人都市更新研究發展基金會網站，http://www.ur.org.tw/index.asp
倪鵬飛等（2008）。**全球城市競爭力報告（2007-2008）**。中國大陸：社會科學文獻出版社。
倪鵬飛等（2010）。**全球城市競爭力報告（2009-2010）**。中國大陸：社會科學文獻出版社。
吳濟華、葉晉嘉（2008）。**臺灣城鄉價值變遷及其對都市治理之意涵**。取自

http://web.thu.edu.tw/g96540022/www/taspaa/essay/pdf/017.pdf，2010/11/18 搜尋。

俞可平（年代不詳）**治理和善治**。取自 http://sex.ncu.edu.tw/course/Michel%20Foucault/link/fou_link02.htm，2010/11/18 搜尋。

南投縣政府文化局 http://www.nthcc.gov.tw/index.asp

南投縣政府自行車悠遊網，http://travel.nantou.gov.tw/nbw/index.htm，2011 年 9 月 5 日瀏覽。

南投縣政府原住民族行政局 http://boaa.nantou.gov.tw/index.asp

都市與區域發展統計彙編（民國 97 年）

瑞士洛桑國際管理學院(IMD)，http://www.imd.org/

莊武雄，2005，大甲地區自行車產業群聚競爭要素之研究，國立臺灣大學建築與城鄉研究所碩士論文

張京成（2009）。**中國創意產業發展報告**，中國經濟出版社。

張仲禮、王泠一（2010）。**2010 年上海民生發展報告**，上海社會科學院出版社。

張喬峰（2004），**都市競爭力指標之建構-以臺北市及上海市為例**，逢甲大學建築及都市計畫研究所碩士論文。未出版，臺中市。

張雄（2009/4/27），事件經濟的市場發展和世博機遇，解放日報。

黃逸風，2009，競合聯盟形成與其運作特性之研究－以臺灣自行車 A-Team 為例，國立中央大學企業管理研究所碩士論文

國立臺灣傳統藝術中心 http://www.ncfta.gov.tw/ncfta_ce/main/index.aspx

郭春暉（2003）。**建構臺灣生技產業群聚競爭優勢之研究**。國立中山大學高階經營碩士班碩士論文，未出版，高雄市。

陳信康（2006）。**上海世博經濟研究專論**，上海財經大學出版社。

陳雅欣（2009）。**以產業群聚理論建構臺中縣市驅動產業空間特性之研究**。逢甲大學土地管理學系碩士論文，未出版，臺中市。

馮世人（2007）。**霹靂布袋戲產業鏈發展指標之研究**。朝陽科技大學建築及都市設計研究所碩士論文，未出版，臺中市。

經濟部統計處（2010），**經濟統計指標**，http://2k3dmz2.moea.gov.tw/gnweb/Indicator/wFrmIndicator.aspx

經濟部工業局（2010）。**2008 臺灣文化創意產業發展年報**，臺北。

葉辛、蒯大申（2010）。**上海文化發展報告：文化世博**，社會科學文獻出版社。

新加坡濱海灣藝術中心更新案，http://www.esplanade.com/index.jsp
新加坡電子政府網站，http://www.igov.gov.sg/
新加坡藝術節，http://www.singaporeartsfest.com
新加坡旅遊局，http://www.visitsingapore.com
新加坡國家藝術理事會，www.nac.gov.sg/
農情報告資訊網，http://agr.afa.gov.tw/afa/afa_frame.jsp，2011 年 9 月 1 日瀏覽。
彰化縣政府文化局 http://www.bocach.gov.tw/county/cht/index.jsp
滕淑芬（2007），新釀造時代--休閒酒莊亮起來，臺灣光華雜誌，2007 年 4 月，第 28 頁。
經濟部技術處:http://doit.moea.gov.tw/itech/year.asp?TYear=2003
維基百科，http://zh.wikipedia.org/
臺中市政府文化局 http://www.culture.taichung.gov.tw/home.asp
臺中市政府交通局（2010）。**大臺中運輸系統整合規劃**。臺中：臺中市政府。
臺中市政府研考會（2009-2010）。施政白皮書。臺中：臺中市政府。
臺中縣、市政府統計要覽（民國 97 年）
臺中市政府交通局（2010）。大臺中運輸系統整合規劃。臺中：臺中市政府。
臺灣區自行車輸出業同業公會 http://www.tbea.org/
臺中縣政府（2009），變更臺中港特定區計畫（第三次通盤檢討）（有關計畫圖、部分公墓用地及油庫專用區恢復原部份書）。
臺灣世曦工程顧問股份有限公司（2009），中部國際機場整體規劃及第一期發展計畫。
邁阿密台貿中心（2010/8/11），邁阿密花卉展，臺灣蘭花爭妍，國際商情雙周刊，第 298 期。
諸大建、姜富明（2004）。**世博會對上海的影響與對策**，同濟大學出版社。
鄭時齡、陳易（2006）。**世博會規劃設計研究**，同濟大學出版社。
鄭慶賢（2010，4 月）。**臺中縣市合併—論都市發展新視野**。論文發表於臺中市中興地政事務所舉辦之『中興地政事務所 20 週年所慶系列講座』，臺中市。
謝怡君（2009）。**產品經理在組織內跨部門影響策略探討**。國立清華大學科技管理研究所碩士論文，未出版，新竹縣。
謝玉文，劉秉睿，陳彥伯，莊翰華（2005），大型花卉觀光活動效益評估之研究-2005 臺灣花卉博覽會為例，2005 年不動產與城鄉學術研討會，臺北：國立臺北大學不動產與城鄉環境學系。

鍾燕宜、陳景元，2008，地方文化創新生活產業推動之研究-臺灣后里薩克斯風音樂節慶活動為例，中華管理評論國際學報。

願尚華（2002）。**大城市需要發展快速軌道交通**，江蘇交通。

Cooke, P. (1998). Introduction: Origins of the Concept. In H. Braczyk,P. Cooke, & M. Heidenreich (Eds.), *Regional Innovation Systems* (pp. 2-25). London: UCL Press.

Doloreux, D. (2002). What We Should Know about Regional Systems of Innovation. *Technology in Society*, 24: 243-263.

Hudong 互動百科，http://www.hudong.com/

I.TA 國際漫遊協會 http://www.itahk.net/new/forum/IN A FLASH，http://leslie.blogdns.org/blog/abbado/71?category=0

Lee, T.-L., & N. von Tunzelmann (2005). A Dynamic Analytic Approach to National Innovation Systems: The IC Industry in Taiwan. *Research Policy*, 34(4):425-440.

METAmagazine http://www.mmag.com.tw/ad/

Porter, M.E. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: Free Press

Porter, M.E. (1985).*Competitive Advantage*，New York: Free Press

Saskia Sassen, The Global City: New York, London and Tokyo, Second edition, (2001)A Roster of World Cities, Globalization and World Cities Study Group and Network(GaWC), (2008)The Global Competitiveness Report 2010–2011, World Economic Forum

World Design Capital Seoul 2010，http://wdc2010.seoul.go.kr/eng/index.jsp

附件一　臺中市座談會　會議記錄

■ 本次座談會係和『「因應臺中縣市合併後中臺區塊區域發展平台影響與海峽對岸對等城市互動策略之研究」規劃案之研究』共同舉辦。

一、開會時間：100 年 02 月 05 日(週三) 下午 14:30-17:00
二、開會地點：臺中市西區民權路 99 號　臺中市政府會議室
三、主持人：逢甲大學楊副校長龍士　　紀錄：林欣君、郭博琪、戴依婷
四、出列席單位及人員：(詳簽到簿)
五、主持人致詞：略
六、規劃單位簡報說明：略
七、討論意見：

(一)工具機及零組件副總幹事 阮昌茂

1. 剛有提及臺中中臺區塊的 GNP 有發展空間，而且要注重行銷導向，另外也提到事件經濟著眼再創業，但可與會展經濟互相搭配。我們去年 2010 年 11 月 3 號－11 月 7 號在水湳有辦 TMTS 臺灣國際工具機展，Taiwan International Machine tool Show 簡稱 TMTS，TMTS 完全由我們工具機暨零組件工業同業公會來辦的。工具機零組件公會是在臺中，臺北目前現在在辦的是臺北國際工具機展，是機器公會在辦，那是在臺北，而我們是在臺中。這個展在中部地區是第一次辦的國際展，辦國際展的結果完全比照國際規定，不管是建照執照、消防都依照市政府規定。此展國內的參展廠商有 67%是來自於臺中縣市，也是現在的臺中市，而 33%是來自於全省各地。從此數據可以得知，臺中市是工具機跟機械零組件最堅強的地區，包括上中下游 Supply 線，非常完整。這次展，國外廠商來了 28 家，來參觀的國家高達 41 個國家，但怎會這麼多家呢？要拜日元漲價之賜。因臺中此展刻意挑在日本國際工具展（JIMTOF）之後，日本會一直蓋起來，這方面的確不錯但也太貴了。以臺灣目前工具機及零組件它的性價格，所謂性價格為「性能／價格」，目前有競爭力的。例如歐美、日本則是價格太高了，那我們性能好價格合理，所以性價格在世界上非常有競爭力。此展辦下去後的 5 天內，在展場的成交金額高達新臺幣 10 億元，而後續追蹤訂單有 20 億元，外國買主一千多個，目前的參觀人數高達五萬多人，但我們也不知道這次舉辦會有如此成效，其實原

先也不太看好，但辦了之後緊接著馬上就有廠商洽談 2012 年，也就是明年，預期第一年就有 3,000 個單位，第二次辦展就有可能超過 3,000 多個單位。

2. 剛談到的事件經濟，economic 藉由舉辦活動來行銷臺中市，工具機零組件是中部的地方產業，如同剛說的 67%都在臺中市，它的聚落也是全球唯一的地方特色產業，我之前到大陸詢問海西的廠商產業在什麼地方，對方說開車要開 8 小時多，但在臺中市不須要這麼久， 1 小時之內可以坐高鐵，1 小時內可以到上海，1 個小時可以臺北到高雄。同樣地，在我們這 Supply 線內，有這樣的特色產業目前在國外所觀察的結果，在世界是找不到的。既然臺灣有這種特色產業，其實工具機跟機械零組件，是臺中市最大的事件經濟行銷角色。因為在去年 2010 年辦展成功，所以現在臺北所辦的工會會議展是在 2011 年辦也就是今年。所以我們打算奇數年在臺北辦國際工具機展，而偶數年則是在臺中辦臺灣國際工具機展，因整個產業既然是在這地方，為何一定要到臺北舉辦呢？這也是值得大家去省思的部分。另外，在臺北主辦的單位為機器公會，而我們是工具機公會。機器公會第一次辦之後，據我了解以後的展可能會拉到大陸，我們是有所耳聞，因為這是聚落，而產商也非常支持。就像工具蓋好是如此大一臺，因為我們所強調的是精密度，如果搬來搬去也沒啥用意，所以在中部地區是最為適當的。但是只要工具機的展贏過海外，任何展都可以舉辦，因為工具機本身的荷重是需要的，如果工具機擴展能夠成功，其他就能成功。另外也能更突顯在縣市合併升格為大臺中市之後，並集中臺中市聚落的產業，例如偶數年在臺中舉辦，這也更具有正當性，可能會提供到大陸那塊。

3. 辦展最大困難點為無固定的展覽地，臺北有展覽場地，高雄也有，但惟獨臺中沒有。但臺中本身聚落點滿多的，所以在此有個建議，市府是否能先蓋 1,500 個攤位的會展中心，並採用一樓鋼骨建築，因為工具機重又粗壯，而且別人來看也要 demo 給人家看，如果 demo 是在樓上，那要如何給人家看？所以希望能以一樓為主。例如:去年在水湳機場辦展非常成功，可以 demo 給人家看，並採用一樓鋼構建築，有 1,500 個攤位，且裡面也能彈性隔層，並依展性規模彈性使用。展覽場地的外部，希望能夠把五樓蓋成臨時搭蓋空間，就如同剛所提的一定要有會展中心，這樣也能減輕政府財政困難。如果能有 1,500 個攤位，一樓的硬體建築，像以前所舉辦過的杜蘭朵公主、帕華洛帝等類似的活動就可以在室內舉辦，這也是符合事件經濟的原則。

4. 另外提到的是大臺中工業產業競爭的優異條件，第一:剛有提到有國際海港、空港、國道（又是兩條國道），而兩條國道這中間都是工業區，從最南的經濟創業園區到北部的工業區等都分布在此國道的中間帶狀分布區，非常完整。加上中科的機密機械、臺中工業區，故地方的發展是可以全球化、工業化。另外正在營運中的工廠，有 15,072 家，生產總額新臺幣 13,053 億元，從業人口高達 364,000 人，這都是我們有利的條件。而且中部地區的支撐產業，不光只有精密機械產業而以，且一定要有人去主動舉辦展覽。有精密機械產業、光電、綠能產業、木工機產業（有木工機那家具產業則會進來）、手工機產業、電腦產業、機械電阻產業或是自行車產業都是位在中部。因原先所說的是臺中市區，而我們現在要把苗栗引進來，那產業就都會在這個地方。對會展經濟而言相對會引進會展的功能，因會展中心是一個極特產業，可以吸引企業在此設點營運，消費繳稅增加地方的收益，也是 21 世紀競爭的一欄。所以我們一直希望政府能在 2012 年 11 月 7 號－11 月 11 號要舉辦 TMTS 中部地區的第二屆國際工具機展，希望能夠提供硬體設施，因為第一次辦了增加信心，若第二次舉辦會更有信心。例如我最近所接待的大陸團、浙江團到那邊去，對方也同意會展的設立，若下次有類似的展覽他們也要參加，連日本非常有名的 Yamazaki Mazak，他第一次沒有參加，但看了結果後，他說第二屆絕對不會缺席，這也是事件經濟非常重要的要角，要在地方產業上突顯出來。

(二)臺中市金融主管協會理事長 楊琇惠

因簡報內容比較無針對金融部分闡述，針對金融部分來說的話，都市如何提昇競爭力？如何跟排名第 8 的新加坡以及第 10 名的香港比較？認為金融會是比較有利的加分項目。過去在臺灣，金融高度集中於北部，例如現在所有的總部或是金融中心幾乎都是在臺北，臺中市的金融公司多半都僅是分公司，顯少有主軸的事件經濟在此發生。若未來有希望朝此方向運作，絕對是很有利的方向，提昇競爭力。第一個就是 ECFA 之後的兩岸金融互動非常頻繁，也有許多參訪團來到臺灣，其實我們也已經看到招商銀行、中國銀行在臺灣設立的分行，但依然都是先選擇臺北為主要辦事處。但我認為臺中非常有地理優勢，因為面對海西經濟區，與我們是最近的距離。因大陸是用政策的支持，在海西的平潭島也要做金融的先行先試區，所以臺中更不能放棄這種地理優惠的好條件，更應該去規劃思考如何發展臺中市的金融，這是非常重要的。

1. 建議臺中市適合發展出一個園區，例如金融園區。利用成本跟生活環境的優勢，把所有的後臺中心移到臺中，有助於城市發展且有正面的加分。

2. 第二個建議則是在金融領域內，我們確實很需要訓練中心、後臺交易中心以及備援中心。例如郵局在臺中有設立一個備援中心，全省的備援中心都會帶到臺中。另外在臺中市也有發覺到有幾個經紀公司，合租一個大樓，而樓層內放的全是機器，都是電腦且無人，因為這是它的備援中心。所以，當我們有地理優勢情況下，更應該整體規劃，利用成本比較節省的角度，利用地理優勢以及未來的發展方向的角度，思考如何讓臺中市建構完整金融園區，而這也是我們希望所能夠建議的。因臺中市在大臺中縣市合併之後，一直希望能發展過去的臺中縣與臺中市，但從幾個發展觀點來看會是以臺中市為主軸，但也很少見到臺中縣針對幾個特定區域的都市發展有很大的建議。因為至少在這表格的四年內，比較無法看到針對臺中縣部分區域發展做一些規劃，也希望以上這幾點建議能請各位專家學者可以多琢磨在這幾個項目上。

(三)臺中市建築公會理事長 張麗莉

以我們不動產開發業者來看是比較屬於備位立場,在臺中行銷方面也是扮演著支持臺中市行銷的角色，認為只要臺中市好，我們的產業也會跟著好。從整個中臺區塊計畫內容，如果是以一個經營事業來看，應該會以短中長期方向，比較能夠立即去實現的部分來看,從計畫內談到以文化串連樂活之城等等也都跟我們比較有相關。其實，中部的建築美學一直以來是被人所稱讚的，我們也舉辦多場交流會，我們也認為如果有這機會，藉由市長的帶動之下，能夠與業界做教學與跨國際的邀約，邀約建築師來做國際性營建築或是作品的出現。除此之外，在文化活動方面，我們也支持臺中市政府，去年因為選舉沒有去，但前年有參加過香港的 media Asia，這是一個對城市行銷的很好活動，也希望此種活動能夠繼續舉辦,尤其也希望今年在香港也能夠繼續出現。不管如何,看待中臺區塊這產業上，希望能在共同的願景上，其實可以以備位的立場，希望能聽到各位意見之後，才能知道我們能夠做些什麼？基本上，不動產是不動產，而我們也只能在此條件上繼續提供好的環境,持續扮演著備位角色,希望此產業能夠在臺中提出更大的夢想，能夠一同實現。

(四)盤石會 張正駿

1. 首先先呼應工具機零組件公會副總幹事剛所說的部分做討論，兩年前我曾參

加聯合報在中部地區所舉行的工具機械展，當時我進去看時也是非常傻眼，覺得二十年前在廣州上海辦得展覽，它的規模、場地布置、人力活動、動線支援等等都遠遠超過我們。而我就追根究底問對方為何選這場地辦成這種樣子，對方則說因為沒有場地，當然也提供予我們一個很好的思考，就現代的論事點。臺中市已經變成一個國際化的都市，原有提供給中部地區，沒有給中部地區來使用的這些設備想法，人都要做一個完全的跳脫。也就是說，將來是一個國際化的都市，剛所提到的工具機展，包括工具機展的位階點，將來必然是國際化，已不再是只在臺中的中部辦的工具機展。雖然我們非常需要有一個完善設備的展示場所，這也是呼應剛剛副總幹事所說的，提供一些意見。

2. 除了需要類似的大型展覽之外，對於研討會或是一些軟體、軟性的展示需求也是非常講究。而我們盤石會在兩個月前曾出席一個兩岸的研討會，而當時的地點正是在福華飯店（在此並非批評福華飯店），而是整個會場有四百多個人參加，光是由兩個電梯上下，足足花了一個半小時，對臺灣主辦單位來說，是非常顏面無光。我們若是去上海、北京甚至是去福州、天津出席會議，但也不會落到這種難堪的場面。故對研討會的展示會場是須要相關的..可能將來研討會是國際級的，所以在這視野的角度上，我們急需要一個相關類似的場所。如果以現有的思維來看整個，雖然中部地區的大型觀光飯店或是適當的會議廳，例如逢甲大學、東海大學或是中興大學也有提供會議廳，但以我們的角度來看是遠遠不夠的。而今年 3 月 19 號磐石會就要舉辦會長交接，我們剛也在長榮桂冠辦活動也在討論，第一個難題則是「停車問題」，光磐石會辦活動，且尚未邀請到國際部分就有停車問題，當時也是想到要如何調動接駁車等，討論起來也是非常傷顏面；在此，也期盼在國際級的都市，能在這方面能給予規畫。

3. 磐石會也有滿多的會員，包括工具機零組件公會的卓永財先生之外，他也算是一個經營機械零組件的代表。作為中部地區，我們所看到的產業分佈可以分出好幾項，有獨特優異的地方。例如它會是臺灣未來的休閒運動產業之都，因為它本身就是屬於運動產業的聚落，而另外一個則是精密機械以及零組件之都，同時也是光電光學產業之都，並且也是高級製鞋設計以及供應面管理之都，還有一個是自動化工具之都，另外也有類似味丹、福壽等企業，所以它也是生活供應面之都。整個大臺中具有這麼多優勢，故我們期盼的是

什麼呢？如同剛剛所說的都是製造業部分，而看到的也是製造業部分，如果一直在強調製造業部分，例如剛所說的這是屬於什麼工業區等，而我們所期望的是整個大臺中做為一個未來國際型的大型優質都市，應該把各個硬體，如同剛所說的機械製造業，利用自然、綠化、藝術以及人文方面，把這些鎖鏈都集中起來，即使是生活在這都市當中也不會感覺到旁邊就是工廠，那邊是煙囪等震動聲音。如果能夠從現在開始，以前瞻性的眼光把自然、綠化、藝術跟人文做為整個大臺中生活的鎖鏈，把這些鎖鏈都連結起來，就算只是一個操作的作業員或是一般的作業員，他們會深深體會到身處於國際型的大都會，作為一個市民反而會感到與有榮焉。亦可參考奧地利做法，利用水貫穿一個地方，使得都市變成一個跳動的城市，給人新鮮及清潔乾淨的感覺，類似這方面的理想，這是可以發揮在臺中部分。因作為一個大都市，應更大膽且以更簡單的方式去做規劃。另舉一個例子，在倫敦 2012 年要舉辦世奧運會，而我們得到倫敦的奧運最新消息是，昨天英國商會英國貿易及文化代表處來到臺中，而對方也準備了非常具體的內容。其中，英國在做都市更新時，類似我們現在所看到的單元一單元二單元三等，做區塊更新時甚至是將土地全部翻下更新洗過，因此塊土地曾經有舊工業紡織工業的存在，他把泥土底下幾公尺全部掏出來全部洗過後再還原，是為了確保此地一百年後無汙染，但這也是他們的魄力所在；意即，我現在開始做了，就永遠不會有汙染在此重新整理過的土地上。而我所舉的此例子是希望各位能為我們大臺中，為我們下一代在百年後留下一個美好的城市。

(五)技聯組工程顧問公司董事 邵棟綱

我們公司在城市上遇到整體城市規劃資料，儘可能用國際大型 anchor 的城市資料它們的來源大都為日本博報堂 野村及 AC-Nelson（尼爾森），一般網路上也是有非常多資料。問題是資料截取的標準與判斷. 根據這些數字 讓我們更清楚知道每個城市的優勢。我報告幾個數字是一般看起來比較模糊　但卻對城市發展非常重要的：

1. 臺中跟新加坡比最大優勢，一般人比較不會去觸碰到，我舉例 例如國際物流商在亞洲找一個 500 公里長的物流配送線，亞洲有兩個地方最有條件，一個是馬來西亞，而臺灣是另一地點，新加坡、香港他們的產業產值很高，但縱深都無法達到 500 公里所以無法做為大路勿流的測試點，但在這系統下用中文的僅有臺灣。為什麼要測試物流線?因將來大型零售商像 Wal-mart

類，大的物流戰略部分，非常重要，可用這五百公里測試物流模式與前端店的相互關係。所以大概在十幾年前，臺灣請麥肯錫規劃亞太營運中心時，其實就把物流放在非常高的位置。其他像海空港的聯結，臺灣都具相當優勢。

2. 第二部分的優勢是臺灣所處位置，幾條主要連著臺灣的 cable，例如一條從美國西雅圖連結到宜蘭頭城這邊來；而臺灣海峽這個海溝，從我們這邊連接到金門，因金門和廈門在前年底去年初已完成連線，兩邊也有合資部分。這個海溝比較平坦，這幾次的東南亞大地震影響較小，將來在海溝線之下的電纜價值無限的最大原因是，總部以前都是跟著地理位置走、跟著機場走以外，但現在要完全跟著 cable 走，例如金融總部及園區完全不容許任何資訊的落後及時間差。像山上康寧玻璃廠經歷東京靜岡發生大地震後，一停就是八個月，所以只好一直評估是否放在關東，它一直在評估整個大地震的情形，因這些大廠與銀行中心沒辦法碰到大地震（開會時還沒關東宮城地震）。所以 cable 與海溝與城市總部在現在城市競爭與全球化課題便成一個新課題，臺灣這條海溝的另外一端比香港優勢。所以等這條連線末端連接到中國大陸，兩端城市就相對有利，這條 Cable 慢慢在建設當中，將來會產生產業核心聚落集中情形。

前年我做觀光局的顧問，觀光局請了一家非常知名且經常是亞洲第 1 名的 Banyan Tree spa & resort ，替他開非常大的記者會和招商會，開出的行程地點是 26 個，但最後加到了 27 個點。他派兩部車，用 3 天跑遍整個 27 個點，在最後一晚我與兩位女士一位副總裁一位專案餐敘，兩位女士說她第一次較完整看臺灣的基地，從高山 2,000 多米一直到深海，原來的行程預計 7 天半，沒想到只用了 3 天就可以把全部的點都跑完，臺灣的運輸四通八達超過它們預期很多。

以臺灣資源來看，它問為何房價會做到這麼低？最後選擇五個點，面談了三個點，但最後都沒有談成。觀光局也一直在思考，如果要引進世界級經營企業已經有這條件，但中間還欠缺什麼，上上周，他們是 2006 年新加坡上市，兩周前在上海成立酒店基金，也預留與臺灣酒店的連結。

臺灣需要一個連結點，可以啟動境外，但對方給予我們一個很好的思考方式。因為臺灣已經四通八達，可從深海到達 4,000 里高山，半天行程內皆可以全部到達。而這樣的旅遊環境必須把競爭的視也擴大，例如日月潭是和

杭州西湖 跟三亞這兩個點，放在一起競爭；意即杭州西湖的高成長，以及三亞的單價變化，日月潭把自己定位在量與中價有點可惜，我們有些方向不是很精準的原因在於資研判資料與定位的眼界不夠.例如剛剛有提到的會展經濟，每個行業都有需要去做展覽以及推銷。但在全球展覽中，臺灣排進去的有兩種產業，每年度皆可從網路上得知，整個會展內，臺灣在排名內部分有電子展，Cebit 臺灣進去的有 217 家，佔 7,000 平米左右 ,約佔全部展家算是第二位，臺灣能擠進前五名的是電子，而過去有汽車，現在只剩下電子，因為汽車已經被排到比較後面了。所以在蓋硬體設施時，要考慮到我們在世界上的會展排名在哪？我要給他放入哪些東西？萬一無法 support 這經濟規模，而我要跟對岸的連結是什麼？這數字要讓我們了解到，硬體不要無謂消耗，因為產值非常小的部分，或者是在所有產業內來論，臺灣最有價值的部分不一定是高科技那一塊。例如臺中加工出口區，我們是以 1 公頃做 30 億產值作基準；從平均產值這數字，我們高科技跟其他產業項目比，數字高低可做土地使用評估。以機械來論，是非常須要提供用地出來作展銷，可能從都市計畫或是城市相接之構面上提供出來. 我們有一定大的優勢在物流上，但如果在生產上面無法成功連結，產值就無法出來。以這樣的產值，例如剛機械公會所談的，從整個會展數字還停留在 1:6 的乘數，也就是整個新加坡跟荷蘭四大展覽公司，以荷蘭、德國、新加坡，但東京不算之外，這四大城市都是把一塊錢乘數做到九塊錢的乘數，我們只做到 5-6 這個乘數還不夠，我們一直沒超過這個乘數表示說裡面的環節是有問題的，其實這個數字需要很精準來做。我再報告一個數字也是我們臺中市，像好市多我們做了七年把地點找出來在八期，我們報出去的數字是 35 億，結果第一年沒有走完第一年我們就 49 億，第二年就破 50 億，現在我們用 70 億來估，也就是說如果是這樣的數字，我就跟我同事講我們怎麼樣重新評估整個商圈尤其是南投跟彰化，因為我許多人從國道 6 過來，今天是第 3 年，第 3 年開始，這個店拿了全球會員數的第一名，10 萬個會員全球 600 家店的第 1 名，所以美國那邊在今年過年又批准了一批錢前給臺灣，因為它找到臺灣消費的核心部份，臺灣目前的幾個店全部擠到全球 20 名，也就是目前一個好市多可以超過六家家樂福的店的營業額，那這個時候占掉的停車、都市道路，及配套商圈都得重新評估，我們當時給他供應的停車只有 700 部，現在停車超過 1,000 部還沒有辦法，表示商圈的位置重新在調整，國道 6 號扮演很重要的角色，他把那個地方的客人一天就拉進來，所以規劃或是產業政策其實需要很精密的數

字上面是第一個我報告的。

第二就是我要講的 過去都是用產出一個東西 做一個 product 出來，可是像物流來講其實他不需要臺灣物流的設備或技術，甚至平台都不用而是要做測試模組，韓國現在像松島完全是把它的軟體重新測試完以後，輸入到南美洲，為什麼要 100 公里，就是中國大陸他需要測試各種用這套東西的時候可以再複製，哪你能測試的就只有馬來西亞跟臺灣有這個條件，新加坡跟香港都沒有這個條件，所以我們要找我們的優勢，並不是跟人家比大，一定要找到我們贏人家最多的在哪裡，另外像銀行，以前我們自己投資銀行，一個外商看大的產業區、或是大的開發區的時候，他把臺灣當作是匯率的避險，所以我們現在常常講這個時代未來兩、三年，它匯率的重要性超過了利率，利率的重要性又超過了報酬率，它根本不關心報酬率的大小，因為現在歐元跟美金的持有都要回到亞洲這個新興國家，可是亞洲四個地方可以去，香港跟新加坡不太適合，因為屬大英帝協的稅制 當地的稅不太一樣，第二它跟中國簽協議需通報中國這個帳，許多大企業不願意，韓國是另外一個跟臺灣最大的競爭者，可是韓國的匯率波動太大了，臺灣的外匯存底比韓幣多一點，可是韓國借了 2,000 億的外債，臺灣只借了 200 億，所以在捍衛整個幣值來講，臺灣扮演非常重要的角色，像我們現在盡量接歐元地區國家的 case，原因就是它會大量投資在臺灣的原因就是把歐幣利用這個機制作資產避險。臺灣是一個非常容易借錢、匯率安定、利率低的地區，我們碰到新加坡公司利用臺灣這個競爭優勢，只要投資人讓它進來，有可行的項目，臺灣一塊錢可以借四塊錢，再平衡回去，平衡它的新幣，新幣是跟美元連繫匯率，所以現在完成三年大的投資完全不是看報酬率，完全是看匯率，匯率改變了我們地理的位置。

我們做了一個非常有趣的案子，像家樂福與 Tesco，家樂福拿了他東歐的四個點，跟 Tesco 在臺灣的六個點 做整個全球交換（歐盟後來否決了這一項），這個投資，不完全是因為臺灣的產業優勢，這個產業只沾到邊，而是匯率上的考慮，進臺灣出臺灣完全是匯率，所以我們在看臺灣這土地給他用的時候，完全是在匯率大於利率，利率大於報酬率，這個對我們影響是非常大的，所以我大概把我的經驗給各位很簡單的說明就是，我們建議就是說如果要做大的，例如 Core、Hub MXD 來講，其實都要有非常精確的數字支持每一個決策，有這個決策再去用土地，像我剛才講我們每公頃產生 30 億的

加工出口區，你可以用其他港一比就知道這個優勢的情況，所以物流部分也有這個情形，所以我建議如果臺灣若是要找到整個相關行業優勢，這些數字可能要精密精確，然後找出它的 model，這是對臺灣的土地使用是比較可以去思考的方向，謝謝。

(六)威達雲端科技 許夢熊

副局長、楊副校長還有在座各位業界的先進大家好，我這邊是威達雲端的代表，今天我想我就從剛剛我看整個報告研究裡面也提到很多有關於雲端這個部分的規劃跟發展，我就先從我們公司的雲端開始談起，其實可能每個人每天都在使用雲端的服務，大家不一定是界定的那麼清楚，其實我們根本上就是說你每天在上網，你只要點一個服務、按一個按鈕他所有的運算，就在一個透過網路就去處理你要的這些資料，其實這就是一個雲端服務的一個代表，在整個我們中臺區塊這樣的一個整合發展部分，我這邊提出一個建議就是說，雲端它包含兩個部分，一個就是雲，所謂雲就是剛剛理事長有提到就是這種大的資料庫的備援中心，因為在中部地區他剛好有一個地理上的優勢，雖然所有的資訊服務流量大部分都是在北部，所有的總公司大部分都是在北部，中部短期間要來取代這樣子政經的地位不是那麼容易，所以反而可以另外次等去做一個思考，就是說我們可以做一個雲端的服務這種資料庫的中心，這個部份來做規劃發展，因為它剛好是連接臺北跟高雄，剛好就是一個適中的位置有它地理上的優勢。然後高鐵，基本上高鐵都已經具備既有的光纖骨幹，所以這整個資料庫的傳輸各方面，它連接的這個 Cable 的部分是都已經 ready 具備了，所以第一個就是說從雲端的角度來看我們整個未來整個大臺中整合他要發展的，我想這是一個方向，另外一個就是說，其實雲端除了雲以外另外就是要有端點，那所謂端點，從以前的端點是個人的 PC，個人的 PC 必須要有很強的功能，從以前的 386、486 到奔騰到現在，已經不曉得 CPU 已經用雙核心、甚至四核心，這樣不斷地一直把這個硬體在擴充，他最主要的差異是說，我這個端點以前的運算是我的 PC 就要把所有的事情都要處理完成，所有的運算、所有的主要相關的軟體程式我都要灌在我這臺 PC 處理完，雲端他剛好是不一樣的概念就是說，我所有的東西我都丟到我的資料庫去處理，把所有的運算都在那邊處裡，基本上我的終端只是一個很簡單的聯網設備或者是一個讀取的設備，像最近的 Apple 又發表了第二代的 i-Pad，這個 i-Pad 為什麼會在雲端服務它變得相對更重要就是說，以前我們端點是在 PC，現在慢慢地從 i-Pad 出來了以後，他已經用終端設備來引導所所有的服務，他把所有的服務都弄在這個 i-Pad

上面，但是這個 i-Pad 在硬體上面做的非常的精巧，然後觸控螢幕讓大家覺得用起來很新鮮，但是他最重要還有一個重點就是說，他必須要連網，如果這個 i-Pad 沒有辦法連上網路，其實 i-Pad 比一般的任何一臺電腦都還要不如，因為他所有的服務都是在資料庫裡面處理，所以其實雲端服務它不只是雲這樣子的概念，他另外一個端中間還有一個非常重要的就是這一條網路的建構，我這邊講到這裡提到一個概念就是說，前幾天的新聞，澳洲政府在五年內要花 160 億美金建構整個澳洲 90%的市民它可以上網 100 MB，我這邊要提的就是說，如果以我們臺中當然區域整合包含各個農、漁、觀光各個產業，但是其實就城市的數位力這樣的概念，我發覺是非常重要的，他已經不是…就是說他在每一個城市的競爭力指標裡面已經慢慢位居一個非常重要的角色，就是你的數位的方便性，或是說居民使用網路頻寬的一個情形，像日本他們現在 100 MB 每一個用戶到 100 MB 的頻寬普及率已經非常高了，在我們臺灣這邊其實要提供 100 MB 的頻寬我相信寥寥無幾，因為我們公司做電信產業的關係，在官方的數字裡面，在今年度我們在上個月才收到一個交通部電信總局的調查表，就是說目前在去年臺灣是沒有半個 100 MB 的用戶的，是沒有辦法提供這樣子的一個服務，其實就我們來講我們也是蠻訝異的，因為我們本身建構的就已經超越這個了，我講的就是官方的數據，所以就是說雲端的服務除了雲以外，還有端點有一個產業在發展，另外一個決戰很多科技跟整個資通訊產業，因為這個部分會影響相當多的產業，包括你的治安、防災、遠距醫療照護、觀光、教育等等，都需要靠這些基礎的網路來建構來做一個連結，所以我想我們如果以區域整合，今天討論的議題是一個方向，另外就城市國際競爭力的部分，我想一個城市的數位力也是一個非常重要的指標，謝謝。

(七)交通部臺中港務局主秘 梁善柏

我做一個簡單的說明，就是說在大臺中升格為直轄市以後，我們最大的利基應該是在做資源最有效的整合，臺中港以前是屬於臺中縣那現在就是說也變成大臺中的一環，我們臺中港在去年正式突破一億噸，在四個國際港裡面我面現在已經超越基隆港，如果說港口的發展跟都市發展應該是存在有一些密切的關係，比如說海運業、倉儲業、運輸業還有其他我講的政府單位，政府單位就說 CIQS 的部分，包括關稅局、移民局、檢疫局、安全單位，另外就是說貿易金融、保險跟市民有關的部分，也都是產生非常大的互動關係，所以說以臺中港的想法我們是一方那界定的整合我們一直在強調，臺中港希望說在提昇國際競爭力的部分能夠跟臺中市有密切的結合，包括建構完善的交通網路，另外就是說產業經濟合作這

一塊，我們希望說連結自貿港區，我們自貿港區是目前臺中港最值得驕傲的一個地方，是目前五個港裡我們的貿易量跟質是最高的，如果能夠連結自貿港區、臺中工業區、科學園區、加工出口區同時剛剛講到中部機械、自行車等優勢產業能夠充分發揮，就是說前面是港後面是廠的供應鏈的效益，我想這一個部分靠我們的交通網絡和產業經濟充分的連接串聯起來，我想以大臺中同時擁有海陸空這三個優勢，我們提昇國際都市層級應該是非常可以期待的。另外一個就是說，水湳經貿園區的部分，剛剛講到傳統產業營運總部這個部分，我想增加產業活動，能夠聚集相關產業外商來臺投資或是以臺中市產業策略活動，能夠在這設置一個傳統產業營運總部的話，可以帶動地方經濟繁榮及增加就業機會。另外一個區塊我們也希望能夠和臺中市政府做的，就是整合觀光旅遊資源的部分，整合觀光旅遊資源我們臺中港目前有一個客運碼頭，這個客運碼頭長度目前是 214 米，可以停靠 170 米的遊艇，為了因應兩岸直航還有我們現在 49A 碼頭還在積極的擴建，就碼頭長度把它延伸到 270 米，也可以提供 230 米更大型的郵輪、客輪來停靠，目前在臺中港的部分有定期的郵輪，每個星期三早上來靠，晚上十點左右它就離開，它是屬於定期的客運航線，它可以載 683 名的旅客同時它是客貨兩用，可以同時裝載 256 個貨櫃，我想這對於兩岸的直航或者是貿易應該是會產生一個正面的效果，以我們 99 年度客運量的部分我們旅客人次達到 65,376 人次，我想預估今年在兩岸直航還有 ECFA 簽屬以後帶來的商機或旅客預期會更多，同時我們也計畫在梧棲漁港，如果那邊能夠新建一個遊艇碼頭，同時我們在濱海遊憩專業區那邊有風力發電機還有高美濕地在那邊，我們已經建構完成，準備最近可以開放，這個部份我們港口的作用可以充分發揮，同時我們是希望說可以擔任大臺中的旅客進出口的重要門戶，也可以充分發揮我們旅遊的性能，今天報載有一艘海峽飛龍號也準備加入營運，大概是從臺中港到福州新港預定是在今年的七、八月會營運，這個到福州的部分三個半小時就可以到了，其實臺中港擁有相當優勢的地理位置，我們到泉州只有三個小時、到廈門六小時就可以到了，我們期待港口和城市的發展是不可分的，我們期待今天的議題未來的發展能夠以 3E，就是經濟、生態、能源的部分來做發展，另外 3T 就是人才、科技……我想這個部分在充分合作下，也可以共同來提昇大臺中的國際城市競爭力，謝謝。

(八)臺中市政府交通局 陳偉民

今天本來是我們處長要親自來參加會議，但因為現在議會期間不得不以議會為優先，所以我就在這裡發表我個人的一些淺見，我們前面各位先進討論了很

多，不可否認的一個城市或是一個產業或是一個事件吸引人，更有競爭力，我想交通運輸環節佔了一個很重要的加分或扣分的效果，我想大家最近印象最深最明顯的例子就是上個禮拜 228 假期，臺灣燈會在苗栗創下有史以來空前紀錄，我想對相關產業有很大的意義，但是很多人認為他們交通運輸或疏運方面真的是乘興而來敗興而歸，所以說我們會認為說要提昇大臺中中部地區的競爭力的話，我想其他世界各國排名在前面的城市，應該都有共同點就是都市相關大眾運輸各種環節，一定是可以提供一定程度的配套措施，只能說每個城市的競爭特色能夠相輔相成，所以說不可否認臺中市未來交通運輸應該就是大臺中競爭力不可或缺的一環，謝謝。

(九)臺中市政府經濟發展局 林敏棋

1. 今天最主要探討的就是說整個中臺區塊資源整合的問題，剛剛有幾位代表都提到會展產業這一塊，我覺得這的確是很不錯可以切入的議題，但是我想在這裡提出幾個問題，因為未來要去做思考的話會展產業其實就我們臺中市來講我們遇到一個政策上的威脅，也就是說中央基本上在會展產業這一塊，它去思考的是南北雙核心，也就是說原來臺北的世貿、南港再加上高雄最新的一個展覽場，他覺得臺灣可能這兩個就夠了，但是其實以我們臺中市的發展我想我們要做一個國際級的城市跟國際來接軌，發展臺中市的會展是很重要的，這一塊我覺得其實市政府多年來一直在朝這個目標去努力，也因為這樣子我們在整個水湳經貿園區裡面也就有會展中心的規劃，在這個會展中心我想我們做起來應該是臺灣最新最好的，就臺北來講它可能有些相關的設備或設施都集中了但是規模可能相對小，以後我們臺中會展中心大概我們規劃的面積就是 17.55 公頃，這裡面我們初步是五千個會展的規模，當然我們要去思考市場有沒有這麼大的胃納，可能會分階段做規劃，是不是說先以至少我們上次在水湳辦的工具機大展，只少以後要考慮有一個 3,000 個攤位左右的規模，那另外兩千個是不是以臨時性或是說不同階段開發，就至少對臺中市規劃 5,000 個展位的展覽中心，是一定要朝這個目標去做的；另外我們在會展中心裡也規劃了會議中心，我們的思考是至少能夠讓 7,500 個人去開會，這樣我們也才能夠去爭取國際級的會議到臺中來舉辦，這大概都是我們目前在做水湳經貿園區規劃基本的構想，除了這些我們也規劃了在會展中心這一塊裡面其實還有觀光旅館，這是辦會展最需要的，還有購物中心也會在我們這區塊去做發展，相關的設施其實還沒完整，但是現在就是說要把這個展場

蓋起來還需要一點時間，當然在還沒有蓋起來之前我們還是用臨時展場的方式去做，水湳因為已經要去做開發了，這邊也已經在跑我們適合的臨時展場，也希望說未來在我們永久性的硬體的展場設施能夠蓋好以前，我們也要不斷地辦展覽，因為辦展可以累積我們軟實力的很重要的方式跟手段，整個其實以後要讓我們臺中的會展中心能夠比臺北、高雄辦得更好，我想我們要思考的就是說以後臺中的會展中心的經營是要以一個管理的平台來做思考，我們不見得說在臺中辦的展只能是我們地方特色產業的展才能辦，我們是不是能夠吸引國際級的展覽移師來到臺中來，把有名的世界各地的展移師到臺中來，我想這個部分也是我們都要去做思考的。

2. 剛剛會議的資料還有提到會展產業大部分著重在會議跟展覽這一塊，我覺得除了展我們用臨時展場，會議這一塊其實以臺中市來講，相對辦的規模比較少也比較有專業性的廠商在我們臺中市，這一塊可能是我們未來在會展產業這個部分需要再繼續去努力的，在還沒能爭取國際型的會議到臺中來辦，沒有辦法去做這個，至少我們可以把在臺灣全國性的會議都盡可能地爭取到臺中來，我想這個對於我們帶動整個中臺區塊的發展是具有幫助的，這個大概也是可以來做思考的。

3. 除了會展這一塊，經濟發展局也覺得我們應該去思考臺中港這一塊，因為整個縣市合併以後我們可以讓整個大臺中地區把空港海港都加起來一起來做思考，如果說我們未來可以朝海空運籌中心的角度去看，以後大陸這個市場是不是能透過臺中港跟清泉崗機場的優勢，讓我們更有機會去進攻大陸這個市場，這也是我覺得可以去做思考的，是不是朝物流朝自由貿易港區我們把它們相關的產品到我們臺中港這一塊來去做發展，去做深層的加工創造我們的附加價值，我覺得這個都是可以去思考的方向，其實剛剛我們港務局主秘有提到，我們在今年農曆年前已經跟港務局有合作了，就是有一艘歐美的郵輪來了，那其實我們經發局也跟港務局合作，把我們臺中市的特色伴手禮、農特產品都帶到我們港務局的旅客服務中心去做販售，真的很謝謝港務局，我們已經把城市的行銷工作做出去，這一塊未來市政府也可以進一步跟港務局的來做合作，不只是農特產品的一個販售，應該是可以進一步規劃能夠把歐美的旅客帶到我們臺中市來，甚至帶到我們中臺塊其他的縣市去，因為畢竟郵輪的客人來不見得全部都買的到東西，像是自由行這一塊的市場可能要進一步跟旅行社合作去把他抓起來，這個都是以後可以做思考的，謝謝。

(十)臺中市政府新聞局 黃屹寬

新聞局的部分對於城市宣傳的部分會跟大家一起配合，謝謝。

(十一)臺中市政府研究發展考核委員會 林本源

目前行政院研考會是委託暨南大學去建構國家的城市競爭力的指標體系，剛剛看到報告本身已經有城市競爭力的細項城市競爭力的指標，就是想說研究團隊這一邊也可以再去參考一下行政院研考會委託案的部分，如果說可以和中央所推行的指標可以互相結合的話會更好。另外研究團隊針對 2017 年的東亞運舉辦的部分有做到說明嗎？我覺得可以密切的注意這個事情的進程，因為好像據說六月的時候就可以確定臺中市是不是可以得到主辦權，如果說整個研究案可以跟實務去做結合，我想對於研究案會非常具有可看性，謝謝。

(十二)臺中市政府都市發展局城鄉規劃科 陳靖怡

今天可以來參加這個會其實非常開心，現在我們城鄉規劃科也在做一個「大臺中都市計畫發展策略通盤檢討規劃」的案子，現在這個案子正在資料蒐集的階段，其實縣市合併都市計畫要辦理很多事項，現在還有很多事情要趕快去處理，今天來這個會其實看到這麼多產業界的代表我們也非常開心，因為未來這個案子可能會有一些焦點，這焦點呢可能會從各面向去切入，這個部分未來還是要請大家幫忙，也要邀請各位來參加我們案子的相關會議，給我們一些指教跟經驗，謝謝。

(十三)逢甲大學副校長 楊龍士

感謝各位提供的寶貴高見，為了整個大臺中的發展及中臺區塊未來方向，我們會再做規劃。在這邊有以下幾點回應：

1. 市政府像剛剛楊理事長談到的國際金融中心有在進行，當然，區位還在考量。至於，副總幹事談到的會展中心，我想林會長那邊也有在規劃。現在就是一個過渡期，未來確實需要思考的是要在什麼樣的地方做建置，除此之外，也需要軟體的部分，像張總經理談到的不是只要硬體，軟體的會展及相關產業的配套。我想這個也是跟雲端這邊整個資訊資料庫的建置，也是滿重要的一點。

2. 剛剛邵老師談到的物流及臺中港的物流，也想請教一下梁主秘，物流除了臺

中港、臺中機場需要物流，物流很廣，包括農產品物流、工具機等等，相當多的產業跟家俱業等等。像我們的南苗，他的家俱業也很希望跟臺中產業結合起來，因為他跟北苗及新竹比較不同，所以希望能跟中部這邊串聯起來成為國際級的家俱業的一個聚落。所以，這個點配合物流，我們想要討論需不需要臺灣映像館？因為他是比較結合人流的部分，人流加上購物中心，是要在高鐵還是在清泉崗或是臺中港或是剛剛談到的物流中心去做整合，讓人來觀光也讓人瞭解臺灣的農產品或是工具機生產過程等等，讓很多東西都可以在臺灣映像館做瞭解或者是採購。因此，關於臺灣映像館的區位，來跟各位做個請教。

3. 另外一個很重要的重點就是 2017 年的東亞運，不曉得各位的看法怎樣？因為現在是中央有在進行，市政府也有這個想法，不曉得民間的企業的各位先進的看法或者是還有其他的事件經濟是可以推的？

(十四)建築投資公會理事長 張麗莉

剛剛聽了一些先進跟長官的高見，我是想呼應他們一些這個需求，以下幾點提出列入紀錄：其實我們建築業可能辦了很多國際型的演講或交流，今年是一個建築的美學年，也希望邀請一些國際的建築師跟國內建築師做雙向交流，但其實大型的會議中心真的沒有。去年下半年有一個針對縣市合併前的應談會議，我在那次會議發覺那些顧問們一直都在聽不管是臺中市也好臺中縣也好，幾乎在談的內容都傾向於各講各的。顧問們認為說，在一個城市即將合併之日，不可能臺中市要做什麼，臺中縣也要做什麼，所以顧問們認為縣市合併之後，力量應該更大做的事情應該更廣。那針對剛剛副座提到的東亞運動會還有很多我們可以做的國際活動。我不曉得在計畫裡面，我們有沒有可能現在縣市確實合併了，有無可能再開一些類似有這樣經驗的團隊進來跟我們示範，讓我們真的可以落實城市夢想，可以 go together，比較有點共識共鳴。因為其實有很多的位置，大家只能憑空想像，可是講出來的內容都一樣幾乎每個城市都一樣。其實跟各位報告，我們建築業在五六年前為了執行城市的魅力，一直在找城市自己的自明性。那時候我們辦了很多場的座談，到底臺中要獻出什麼樣的魅力？除了建築美學，我們的文化，我們支持臺中市政府做了很多大型的活動，到底我們臺中本身的自明性可以做什麼？我想這也是我一直在思考，我自己經驗也不夠，所以沒有辦法很明確地想出我們到底可以把臺中帶到生活城市、生活之都、友善城市、文化之都，我覺得我們好像會在所有思考面上什麼都想抓，所以我剛才才會說有沒有短中長期，

因為有的事不能一天就看到成果。但是確實現在是一個很大的機會讓臺中市能看的到我們自己能做什麼。剛剛聽了幾個產業，其實我們臺中有很好的精密園區等等資源，如果假設我們今天沒有辦法用一個臨時性的展用空間，然後也沒有辦法去提供大型的座談或發表演唱的一些場所，不管怎樣目前看不到一個要跟國際接軌的大城市，我們的硬體還有一個很大的距離。所以，我會覺得如果我們可以的話，與其去找不知道我們還有什麼可以努力，能不能夠有一場比較屬於去借力使力借助人家有經驗的一個城市，他怎樣去把這樣城市的魅力提昇起來。因為不是說我們不好，我們大家都可以有無限的想像，但是我一直覺得可能有一些更好的顧問。那一次我其實覺得有些顧問都講得很好，只是那個時候有很多事情都不能做，因為那時候大家都還不知道合併之後會變怎樣，他的職位還在不在。因為大家都不曉得我還會不會扮演那個腳色。現在已經可以築夢踏實的時候，要不要再來談一次？我是建議看有沒有這個機會。

(十五)盤石會 張正駿

呼應剛剛理事長講的逐目這兩個字。整個大臺中這樣一個未來的發展，我們有一個潛在的競爭對手是海西。在逢甲大學這項研究計畫當中，兩岸之間一種輻射的關聯，我甚至把它形容為一種競爭。為什麼呢？因為我在最近兩年內，走海西走了三趟，那是因為包括盤石會全團走一趟，走的都是別人沒走的路線，為的就是要發掘海西如果將來與大臺中競爭可能會變成什麼樣，我們的著眼點就是在這個地方。後來我們發現到，比如說晉江可能我們一直沒有去想的一個都市，光是一個會展中心規劃時就有 500 公頃，裡頭常駐企業 3,000 家，欲吸納臺商企業 1,500 家常駐在裡面的，且它是私人辦的，還不是政府辦的。那另外潮州這個城市，我的印象裡就有 14 個科技園區，另外還包含莆田也急起直追。像我剛講的這幾個城市，就剛好在我們對岸列陣完畢。剛好今天研考會在這裡，這裡是我心中自己的小建議不干涉市政府的運作。想說研考會是不是也可以提供給市政府這些資訊，因為我們將來在面對競爭，不是一個城市關起來規劃，而是給我們相關同仁一些具戰略價值的資訊，什麼資訊？對岸在海西我剛提到這幾個城市，他們已經佈局了什麼，其中是不是有些東西，如果我們忽略了就會被搶走。搶走之後就會發現花了這麼多心血白做了。這些是我們絕對不可以丟掉的，因為丟掉了這個產業聚落就跑掉了，有多少相關的勞工及多少家庭都會受到影響。所以，我們必需要有這個情報，從剛剛這點引申起來，提到戰略情報的價值，希望是不是研考會能夠提供給我們更多的同仁、各部門的主管，能夠看到當我們在做這個規劃

的時候，哪些東西是有在競爭？哪些東西是我們不可丟掉的？哪些也許可以競合雙方共同成長？哪些是我們可以結成一條線的平台創造更大的利益。

(十六)技聯組工程顧問公司董事 邵棟剛

我這邊再談一下剛剛副校長提到東亞運。其實我們大部分做計畫都是從硬體這端來，臺灣因為規模是比較小的一個國家，所以，建議在思考上可能要做些調整。

舉例來說，世界非常大的公司 Bovis & Lend Lease 這兩家公司這麼大，幹麼要合併？Bovis 做了兩個奧運，就是亞特蘭大奧運及洛杉磯奧運；Lend Lease 作了雪梨奧運。這兩家公司為了去搶中國這個奧運，合併起來為了一個奧運可以合併起來。所以，其實我們一直在規劃大的運動會 當成我們這個政績或是推動某些事件經濟，可是其實他們數字非常清楚，他們這兩家大到必須要合併，這個公司辦過 3 屆奧運。所以，後來北京奧運乾脆請他們當總顧問，而它們是我們大肚山上蓋這個康寧玻璃的 PCM 廠商。去問他這個運動場可不可以去做最簡單，運動這個部分 並不適合一個公部門去推動，公部門是用編預算去推動，可是運動設施有一個折舊的問題，所以他長期的部分。所以用編預算方式 不是良策與會展完全一樣，也就這個會展我們除了產業這個需求需要去展覽，蓋完以後整個設施，我們並不是看租金 跟中間他的總席位，往往是看空置率，一年以內的空置率是最大的一個呆帳，我們常講規劃是，剛才磐石會理事長也講，其實我們跟對岸已經銜接到非常緊密，像東京日商，把臺灣北中南與廈門福州看成我們第四個部分，這四個合起來看成一個區。所以，零售業 在算物流都把這四個看成一個區。所以，現在會展也是一樣，我舉個例子，當時我們在看全球前 50 名，東京是拿掉的。因為東京量很大，結果廣州跟上海一開都打到東京。那廈門福州一定會開大的會展中心，平潭島一定會開，一定會打到臺灣這個部分。所以運動設施也可能是這樣一個狀況。所以我覺得說，第一個可能要找已經做過真正有顧問有數字的，他從 10 年來看我值不值得去做這樣的投資。第二個，中國這兩天出了一本報告很重要，所有的機場因為所有城市為了支援都去做機場，我們做會展也是完全看機場這個數字。雖然目前中國大陸的機場完全沒有辦法正常運作的原因，就是被未來高鐵打到。高鐵跟機場的票是一樣的。高鐵是開到城市中心，並不是每一個縣市把它獨立出來做。你看我們的文化中心，我們這個音樂廳流標 8 次，桃園的那個流標 3 次，營運是一個非常基本要考量的因素 。所以說軟體那端要做進來。會展也是一樣，完完全全看空置率，他是一個成本，你投下去以後

這是一筆錢，可是後面營運設施是不斷要進來。這個設施，像這次倫敦做奧運最大的突破，因為倫敦有破產的經驗。所以，現在做這個奧運，用整組人或公司或新的法人，用新的機制方式來做奧運這個部分，很怕重導覆轍。所以我是認為這些公共投資—會展或者這些大型公設，其實從市場經濟來講，他沒有辦法用國家這個機器去推動，他完全是一種市場機制的東西，當然你可以宣示這是一個大的政績，可是市場數字是非常重要的。

我們非常重視一個報告，像倫敦來講，因為金融風暴，英鎊跌了那麼多，我們一直估計出來是大約 25 個月到 36 個月才能回復，結果倫敦 18 個月就回復。所以，我們非常重視倫敦為什麼可以這麼早，比大家預期接近早一年以上回復。後來發現是因為他所有商用不動產的租賃合約都是用五到七年的平均合約，我們談的是一年、兩年，東京也沒有那麼長。第二個，他鼓勵的優惠政策都是長期的客戶所以他只要幣值一跌 全部長期資產的資金都考慮進去。另外它透明度夠 這些都是重要因素

如何來做大型的運動會展設施，其實要思考我這個推動的主體是為了施政或為了市場上的經濟數字，因為將來這些錢五都以後所有縣市將來財務這個部分自籌，跟金融這個部分都是非常前面的部分。而且慢慢可能沒有辦法到土地那一塊來回過來貼補　所以營運的困難度會提昇。我建議如果這個運動設施會展可能要整個數字去看。第二個，一定要看我們周邊這些地區，涵蓋中國大陸海西，他的會展設施。因為整個來講，主導是被新加坡拿走，這個主導權這次我們估計一定會有會展，這個會展跟我們這邊的會展到底他的區隔跟連結要怎麼去做。運動設施也可能有相同的情況。因為剛好山上這個康寧就是 BOVIS，請他來，請他們以運動投資商來講一下，因為他對全世界這個產業最摎了解，他有很多 know how，所以我建議這個東西如果要很精準到一個施政政策，可能要去評估這個數字。

(十七)臺中市政府都市發展局副局長 李泰陽

從東亞運那邊來看，建議規劃單位可以從 event economic 這件事情來看，是要有一段期間在那辦活動，或是那種很短的像開會開一個禮拜參展，也有活動半年、三個月。如果是市政府著重在 event economic 面上，可能要請規劃單位這邊，我想最簡單的就是臺北市政府辦的花博。去年花很多力氣在做這件事，前面的準備工作跟開幕，大概好幾個月都在裡面看場地、做總督導。這後面可能會產生經

濟效益，我想臺北市政府為了因應整個財務做了整個變通，為了要省錢又做了一些調度處理整個人力還有策展的公司。事實上，他們等於自己出來 handle 這件事情，不請國外的來處理。市政府主要是看重 event 這件事情，當然這個成本是一定不會回收的，不過可以帶動額外的經濟效應。東亞運這件事情的著眼也要從不同兩個面向來看這件事情：

1. 第一個面向，可能會碰到的問題來說，市政府在面臨為了要辦這個活動可能在財務上來講，有哪些位置的替選性，甚至活動可以帶來怎樣的效益。還有整個資源要怎麼做安排，民間相關的資源進入策展或是辦活動部分，可以 share 掉哪些部分。我想說可以做一些參考，當然他的性質又有點像，但時間不到花博這麼長，有點像聽奧或者像高雄辦的。那這中間的拿捏，還有到底這個 event 可不可以為市政府帶來多大的效益。那如果我們要做，還必須做怎樣的處理。我想現成就有這幾個，臺北市政府跟高雄市政府辦的三個活動，就可以去學習參考，讓我們這邊可以很直接收取經驗。至於會展展場，事實上別的行業的展我不是很清楚，至於不動產展這部分，Media 我去擺過 Mipim 我也去擺過，應該是臺灣第一個我去擺的，那時候在交通部的時候，Media Asia 在開的第一次，我那時候是高鐵局去擺的第一個。第二年後面才是去臺中就是公會出來幫大家推薦的。Mipim 會場就是在坎城，他就是夏天在辦影展的，他如何在冬天就擺不動產專業展，很冷也是要去，因為是專業展且世界最大。影星這種熱門的影展他就擺在夏天天氣好的時候，天氣很冷他就叫我們這些專業人員去，還是得去。一個人要繳的註冊費要 4 萬塊，他有他的市場價。我的意思是說我們要探討這中間會產生的效益，我們有沒有辦法競爭到，那哪些我們已經有一些利基了，像工具機。我們如何在這個邊際效益求取一個平衡，我相信這些都需要一些思考跟研究才決定我們臺中市一些處理的方式。

2. 政策上如果說，已經有一個目標 3,500，如果再加的話，經營上我們如何來彈性調整，在展場的區隔上，像德國那個展場他就隔成好幾個館，有時候可以分開展不同的展，需要的時候再把它打通，這些都是一些彈性，像香港的那個也是一樣，但維多利亞港那個比較沒有辦法，不過新機場他有一些附屬的展場，他可以彈性調整這些東西，我想這個就請規劃單位可以蒐集一下這些資料那可以給我們市政府這邊一個比較好的參考。

3. 我想了解的是從民國 90 年初期左右，高鐵還沒蓋完，那時候就有感覺也許

臺灣的第二大城會從高雄移到臺中，那是相當一段時間以前有這種感覺。那時候有在中華經濟研究院在做分析和訪談時，我們有討論過這點，那我一直覺得臺中有相當的優勢。但是我們到底在國際上來講，有什麼樣的優勢去跟其他周圍城市去競爭。如果我們能夠自己找出，把一般生活可以做到樂活的，改善設施一般可做的，本來就可以做的，持續要做的，在國際競爭上我們的定位到底是什麼？然後有哪些利基可以去做。韓國是我們一個很強大的競爭對手，他的展場就是從釜山畫一條西伯利亞鐵路一直接到歐洲，這樣就可以很快速的把兩邊的貨物連接起來。這就是他的利基。這就是他怎麼來說他的故事。我們就是如何來找出現有的相對競爭優勢，來結合或創造出新的市場。我們不可能全吃但是我們也要吃到好的那一面。以後臺中市才可以在周圍的城市競爭版圖上有雄厚的基礎。

(十八)逢甲大學副校長 楊龍士

我這邊回應一下剛剛磐石會張總提的海西部分。雖然張總認為臺中與海西是競爭的關係，但是我們的一個想法應該是競合。不能只靠競爭，說不定像剛剛邵老師談到平潭島，很可惜我們沒有進去，本來他的用意其實是提供給臺灣，因為是最接近的島。如果說把有些重要的關鍵技術留在臺灣，生產面零件等等在對岸，再回到我們這邊組裝再出去。這個關係是一個競合。我們在思考是一個競合，跟海西經濟有很多事可以在那邊做的。像鋰電池這個現在是臺灣未來的智慧電動車，這完全要靠臺灣這個技術，是長遠科技在掌控，但是有些零組件就在大陸生產。所以這是一種競合，我們是從這種觀念出發來思考。

(十九)工商發展投資策進會總幹事 王瑩

因為東亞運是由臺中市主辦，然後是胡市長有機會跟東亞運的這些選定的國家來做一個互動，我覺得我們的機會相當的大。因為，東亞運對臺中市來講有一點像當年胡市長的古根漢計畫，凝聚整個臺中市各個行業，因為大家都表現得很亮麗，但是沒有一個中心的主軸來把大家串聯。我想這個是非常有機會的。尤其是在臺中市要做一個世界的大臺中，也就是胡市長一直認為臺灣不要自己內鬥，不要臺北、臺中、高雄三個來競爭，我們要面對一個整體的區域經濟。那麼整體區域經濟來講，其實整個臺灣應該是一個區域，所以我們也一直在跟港務局來做合作，因為臺灣的港務局也認為說他們是每天面對整個國際，面對中國大陸，面對海外，各個港口他們看到一個趨勢，就是說不是早先的港市合一，是一個港一

個市互相拚實力。而是用一個公司的概念把大家做一個區域經濟的布局，我們來把有利的條件用臺灣的區域經濟來分布。那回到臺中說，臺中有什麼樣的優勢？以我們臺中來講，優勢就是農業大縣，臺灣的產品非常具有競爭力。那麼第二個，我們是距離中國大陸最近的。以港口來講，臺中港他面對中國廈門海西這個區塊，然後上海、中山，再過來就天津，然後渤海灣，他要面對這麼大的區塊，他有什麼樣的機會做互動。光是我這邊的招商案，就已經有遊艇碼頭，然後有定期航班，然後希望遊艇產業能夠有些移到臺中。有這麼多的布局。那麼以清泉崗機場來講，2013 年國際航價就要破記錄，那麼以現在的預估量，國內的航線就要 125 萬人次，國際的航線 130 萬人次，加起來在兩年之內要達到 250 萬人次。基本上，臺中真的是已經要起飛。可是，在軟體上面，我們的人才、我們的語文，我們有沒有一個非常有可能的，不是那種我們自己在作夢，現在就是有一個東亞運，非常的可行。我們有沒有辦法圍繞這樣一個主題，然後讓我們整個來做一個布局跟提昇，包括軟體、硬體、海港、空港、路運，然後包括觀光的備位，我想說這個是一個很大的課題。在我們做一個工商策進主要是一個窗口跟橋梁，我們跟金發局的分工是我們引進投資，然後把這個投資帶到，如果是 BOT 案，帶到每一個主管單位。如果他是一個像遊艇碼頭的投資案，我們就引進到港務局。我們只是做前期的進場跟布局。然後提供我們所有的資源給有意投資的人來看。目前最熱的就是在這個區塊，只是我們有很多項目還沒有很具體，所以我們也會呼籲市政府腳步要加快。因為今天郝龍斌帶著市府團隊到新加坡去招商，他是提出 6 個 BOT 案，條件都擺出來了，包括指標性的，那個臺北車站也共購 70 高層的專案。臺中市其時有很好的專案，他的細部條件還在規劃當中，我們市長是一個很有國際觀的，然後他的人脈條件是我們很大的優勢，我們要怎樣利用這個優勢找到一個我們中心，凝聚我們所有的產官學，大家一個凝聚的焦點。我們來規劃在我們招商的方面，我們人民怎樣做一個國際城市的子民，這些佈局我們應該朝向一個近期目標、中期目標、終程目標來做一個佈局。

附件二　彰化縣與南投縣座談會　會議記錄

一、開會時間：100 年 04 月 19 日(週二) 下午 13:30-17:00

二、開會地點：逢甲大學第二國際會議廳

三、主持人：逢甲大學楊副校長龍士　　紀錄：廖昭雅、曹瑋玲

四、出列席單位及人員：(詳簽到簿)

五、主持人致詞：略

六、規劃單位簡報說明：略

七、討論意見：

(一)南投縣政府副縣長 陳志清

1. 需清楚分析中彰投三縣市的條件、需求、問題三面向，才能確定要推動何種事件經濟，南投縣才能配合事件經濟進行相關配套措施。不論是要舉辦東亞運或是其他活動，臺中市政府和逢甲大學若確定要辦的活動後，南投縣會盡力協助，進行相關配套措施。

2. 臺北花博目前累積參觀的人數大約八百萬人，票價收益大約 20 億，但是花博的建設就花了 99 億多，其它還沒有算人工的薪水，所以由此可以知，活動的舉辦還是需要經費的大力支持才行。其次，行銷對於活動的成功相當重要，遂應配合經費，加強活動行銷。像南投有舉辦亞洲女子壘球賽，經費要求縣政府支持兩百萬，但是縣政府的經費只有一千一百萬，只有一千一百萬，就要縣政府補兩百萬，南投縣就真的沒辦法了，提這個的目的是在於，南投縣舉辦亞洲女子壘球賽，這種大型的國際性的比賽，參與的國家也很多，但是若沒有投錢進去辦行銷的話，迴響就不會很大。

3. 南投縣去年在中興新村舉辦第一屆世界茶藝博覽會，這是因為南投縣的茶占全臺種植面積 47%，產量占全臺的 63%，超過半數。我們辦的世界茶藝博覽會的成果還蠻成功的，農委會就只補助我們兩百萬而已，補助不多。其次，南投縣今年要舉辦亞洲女子壘球錦標賽，因為中華民國壘球女子選手主要是來自於南投。所以，如何把臺中、彰化、南投的條件列出來，密切分析，問題在哪，然後再思考定義「經濟事件」，事件出來後，南投縣會全力配合。

4. 媽祖朝聖，這個是今年建國一百年，那個也是列在文建會建國一百年的經費當中，今年比起往年的經費是比較多的，媽祖朝聖若是要用新的思考方式，我感覺是比較難的，因為現今的模式已經定了，現在若要再用其他方式的話，

我想是很困難的。

5. 現在有個問題是，若是中央沒有整合的話，很多作法會變成很多縣都在辦，那每個都辦小的活動而不是大的活動的時候，辦到最後就是很多縣都在辦，所以就要考慮到縣市的條件問題。

6. 另外就是會展的問題，去年友達的全球經銷商的會議就是在日月潭舉辦，因為那天晚上的餐會人擠的大廳滿滿的，要擠都擠不太過去，連走廊都擺滿了，人太多了，我就很好奇的問他們，全球經銷商為什麼不在臺中市辦，他說臺中市也找不到三千人的會展中心，所以友達在我們南投縣辦全球經銷商會議三天兩夜，消費就不少了。像這樣子就是縣市的條件，所以就像是這樣子，臺中市缺乏的，我們南投就可以協助配套。如果要辦東亞運，南投就可以幫忙，如水上運動。

7. 重點就是要先把縣市的「條件」和「資源」詳細分析。

【回覆】主席逢甲大學副校長 楊龍士

謝謝陳副縣長的寶貴建議，各縣市不是只有配套，需由大家共同討論思考有什麼地方特色可以來共同發展。譬如花博，其實彰化也辦過花卉博覽會。也許是不是怎樣思考，如何舉辦和人家不同的活動，像苗栗有桐花祭，我們有沒有什麼特殊不同的活動可以舉辦。

【回覆】南投縣政府副縣長 陳志清

講到苗栗的桐花祭，從第一屆開辦到現在，已經變成 13 個縣市都在辦桐花寄了，最主要的是花博，臺灣花卉產量最多的就是彰化縣、南投第二、臺中第三，第四是嘉義縣，所以我們佔了全臺灣的前三名，都在中臺灣，但你看，彰化辦彰化的，新社辦新社的，南投辦南投的，臺東、花蓮也在辦，全臺灣到處都是花博，臺南縣就辦蘭花展，所以我們要把我們的條件和資源訂出來。

(二)南投縣政府計畫處處長 蘇瑞祥

1. 大臺中地區應整合臺中、彰化、南投三縣市資源。

2. 各縣市有不同的發展方向，如南投縣的觀光發展、臺中市的工商發展、彰化縣的農業發展，未來的策略應著重在如何造成雙贏的結果，我想這是最大的目標，所以像南投縣的競爭優勢，就要先提出來做分析，然後再談策略，將

來在明定方向的時候，就希望把策略訂為如：臺中市辦活動，人到南投觀光，以此為未來發展方向。

3. 主要看來，事件經濟最主要的就是行銷，要把經營和行銷做結合，首先應先訂定出南投的優勢，如觀光，其次是行銷，最後才能將事件經濟，配合各縣市運作以及資源整合。

【回覆】主席逢甲大學副校長 楊龍士

提昇競爭力確實需要各縣市共同參與、資源整合，不著重於特定地方，如果可以由點推廣成面或是一些配套措施如觀光，並透過行銷來結合，將會更好。

(三)彰化縣商業會總幹事 陳健安

1. 中央及地方政府在規劃任何計畫的時候，是否有財政的配套，如果沒有相關的財政配套措施，就完全是在空談，我最近這幾年在兩岸中間跑的時候，發現中國大陸是先砸錢建設後再慢慢進行修正，但我們卻一直是在書面上作業，往往就會落後人家，全世界國際都市都在搶的時候，如韓國首爾花了 3000 億做市容整頓。這就是整個很大方向的問題，所以校方應該要反應計畫的過程中，財政的配套能不能做得到。臺灣的國際競爭力為什麼這麼低，就是財政上的問題，分配不公。遂應在計畫中即須考量相關的財政配套。此外若是財政分配不公，會讓政策後繼無力。

2. 大臺中提國際活動時，應考慮是否會因國際問題再度面臨中國大陸的打壓？其次，若要將臺中、彰化、南投、雲林等縣市提昇到國際的時候，也要思考大臺中的門面在哪？機場很簡陋，進來的港口也沒有配套，門面不夠，所以談國際性城市時，就會略顯不足。

3. 臺中、彰化、雲林等縣市的媽祖活動是可以再擴大結合的，可藉由大甲媽祖進行縱向的發展，再進一步的配合各縣市媽祖宮廟往橫向發展。

4. 在會展經濟的部分，臺灣若要走出國際，大型會館和大型飯店這些都要落實在我們臺中市，遂建議臺中市先砸錢建設大型會館和飯店。

5. 中部的工具機在全世界佔第三大，又好又便宜，這就是前面所談到的「條件」，對岸近幾年工資逐漸提昇，投資在臺灣是很好的市場，在具備這項條件後，就應思考要如何有配套的發展，如展場的落實。

6. 計畫缺乏中央與地方政府產官學三方面的整體規劃，如彰化的特色就是花卉，但此次日本核災導致彰化花卉滯銷，也缺乏中央協助促銷。

【回覆】主席逢甲大學副校長 楊龍士

整個臺中市應該只剩下水湳有會展的機會，它有兩千個攤位的會展中心，旁邊有觀光飯店，另外還有可能規劃世界的地標—臺灣塔，中科就會變成中部的科技走廊，未來也會有中部區域產業的結合。

(四)南投縣商業總會理事長 張秀枝

要縮短南投、彰化和臺中間城鄉差距的問題，資源如何重新分配，現在是五都十七縣，彰化和南投分布在臺中的周圍，所以若是大臺中想要成功的話，重點在於交通系統的建構，交通系統要發達，經濟才會活絡，所以未來應注重臺中市和彰化與南投之間的交通網絡，此外捷運系統應長遠的考量，應連接彰化、南投兩縣。

【回覆】主席逢甲大學副校長 楊龍士

1. 大臺中區域性運輸路網政府單位有陸續進行，然近期建議政府提供捷運公車系統，然其除了連結臺中市外，應考量如何與彰化、南投進行串聯。

2. 在觀光系統部分，觀光系統是一個有層級的、地區性的發展，期望可將自由行的遊客吸引至彰化、南投作更深入的旅遊，不僅是一個下午的短暫停留。

(五)彰化縣政府文化局局長 蕭青杉

1. 每個地方都有其獨特競爭的項目，也就是它凸顯的核心特性，如南投茶葉、彰化花卉，從這個角度，任何產業經濟的發展，增加其流通及互動，是一個重要關鍵，從這個角度來看，但目前大臺中的建設，太過於集中臺中市都會區，所以應該要重視並加強區域間產業與人才的流通互動。大臺中都只集中投資臺中市，如美術館、博物館、會展中心等皆集中於臺中市，這樣的集中投資，是不利於人潮的流動，遂建議未來國家的重大投資也應分布在彰化縣、南投縣、雲林縣等地區，大臺中區域整合的概念，應該不要侷限在眾星拱月的概念，而應該以環星計畫的概念，各縣市都要有不同的亮點、吸引力和號召力，應以區隔與發展地方特色來產生群聚吸納作用。

2. 連動的機制，如：去南投日月潭的遊客很多，一年三百多萬，但這些遊客並

不會順道去彰化鹿港，來的可能不到一百萬，其中提到彰濱工業園區內的秀傳醫療健康園區為全世界第二個微創手術的中心，秀傳醫療體系也一直推廣醫療觀光，各地有不同的項目，應要思考如何刺激彼此的連動，遂因此應重視區域間的連結機制。

3. 文創產業的部分，其實它有很多條件，沒有達到一定的經濟規模很難稱為產業，但這裡頭或許可以共同發展出一個有共同條件的項目，好比說工藝，我認為大臺中地區可以整合為全國的工藝之都，鹿港傳統工藝、臺中漆藝、南投竹雕與工藝研究所，像這些機構彼此之間，如何整合連結、行銷，一起舉辦全國工藝節，或是工藝會展產業，以凸顯大臺中的文創產業。

4. 在節慶方面，關於媽祖遶境活動，需思考其活動對當地環境、產業上的正負面影響，彰化縣行也特別與大甲媽祖進行區隔，其在 10 月聯合彰化縣內 12 座媽祖宮廟在縣內進行八天七夜的巡迴，同時還進行相關文化產業深化，如推動地方農特產品、民族節慶戲曲展現，使其除了能促進宮廟間聯繫互動外，還能對彰化地區留下正面影響。

5. 彰化被稱為臺商的故鄉，所以未來會展產業如果落腳在大臺中，其實很多內容也不可避免是來自於彰化臺商的產業背景，我相信透過連結、擴散與整合，對於提昇大臺中競爭力是可以創造出更好的條件。

【回覆】主席逢甲大學副校長 楊龍士

花卉、文創、工藝皆可作為規劃的後續思考方向，如中部家具、南投竹雕等。

(六)南投縣政府文化局局長 劉貴珍

1. 在文創部分，南投縣有「工藝研究發展中心」這是屬於特色工藝，臺灣的特色工藝還是以創意領先大陸，如漆藝和竹編。所以如何整合大臺中地區，將各地區的特色做區隔與連結，此為重要議題，不然就真的覺得整個資源都集中在臺中市，可能像南投和彰化也只是作陪襯的，以目前財政上的分配，我們這兩個縣市能拿到怎麼樣的資源，所以應先確實列出各地方的特色，然後再做連結。

2. 需要政府財政上的支持，才能造福整個大臺中地區。

(七)南投縣政府副縣長 陳志清

1. 去年文建會頒發傳統藝術 6 獎項中南投占有 3 項,但是要從臺中走向國際時,不是自己在國內辦而以，我們要考慮自身的條件，且需考慮文化與產業的吸引力在哪？須由國際角度來看，大臺中要推展什麼給國際，努力提出可吸引國際人士來臺的特色，，如：原住民文化就很有特色、臺灣的山也不錯。

2. 南投縣需要有一農產品展示館，以推廣南投縣農產品，如茶葉。所以要從產業文化的條件來思考，走向國際不是關起門來自己弄而以。

(八)南投縣建築師公會理事長 謝伯昌

臺北花博雖然只有八百萬人，收入二十億，但是它的建築設計是值得被重視的，如夢想館。臺中市有幾個案子，像國立圖書館、水湳的臺灣塔，都可以讓臺中市曝光，但是像南投縣或是彰化縣就少了這樣的動力，當然最重要的是沒有錢，但像香港、首爾，有太多的建設是靠建築師的設計，讓那個場所和環境能夠浮上國際級。所以如果一直用臨時性的設施，而沒有一個長遠的空間的話，其實就有點像燃放鞭炮一樣，一下子就過了，所以要踏進國際級的都市，就要有一個長遠的規劃，

【回覆】主席逢甲大學副校長 楊龍士

建築設計在中部確實還有待加強，此部分可與文創相結合，而國際知名建築師來臺意願與採購法等則為其限制條件。

(九)南投縣旅行同業公會理事長 田福川

1. 建議需先進行各縣市的特色分析，有分析的結果後，才會有結合的基礎。

2. 整個計畫中缺乏執行力，但是由誰來執行？遂各領域的專業人才培訓，也應納入做為國家應培訓的部分，如領隊、導遊、經理人、會展中心的管理與接待人員等。

【回覆】主席逢甲大學副校長 楊龍士

4. 國際行銷內包含人才培訓與加入國際組織,有加入才有舉辦國際活動的機會。

5. 各縣市的限制條件與資源現況，已有納入本規劃案中，但因本次座談會討論主題為事件經濟，遂並未在此談論。

(十)彰化縣政府計畫處處長 林裕修

臺中若要使能見度提高、打響名號的話，，短期可透過舉辦體育競賽，若是以長期而言，則應放在產業的發展。彰化目前也在思考自己的定位，以及如何和臺中有互補與區隔的機制，在互補上，如彰化的自行車在國際上已有一定的知名度，然其產業推廣需要很大的會展空間，吸引國際目光，讓相關附屬產業能走向國際，將事件經濟發揮其最大的效益。在文創深耕的部分，在區隔上，之前臺中有提古根漢美術館，而彰化有工藝藝術家，在文化傳承上也有延續，但我們希望能提供展演場讓藝術家能有展演的空間。若是要辦大型活動，希望能集中各縣市的力量，不要只著重在臺中地區，希望也可以重視其他縣市，集合縣市的資源，引導人們往南投、彰化流動，讓都市在曝光後，人們不只將焦點著重在臺中市，如彰化的自行車活動也可以在南投縣舉辦。

【回覆】主席逢甲大學副校長 楊龍士

其發展重點在互補與前面所談的「連動」、產業會展、工廠參訪、運動競賽、觀光進行串聯。

【回覆】逢甲大學土地管理學系副教授 陳建元

這個案子，局長希望我們從事「事件經濟」，最近大家可能也發現，今年春節大家所到之處，臺北有花博、南部有義大，而南投的九族文化村就相對的人數受到影響，這時臺中缺席了。此外，之前臺北辦殘障奧運，另外高雄辦了世運，臺中又缺席了，所以臺中市政府好像都缺席了，這整個損失應該是中部區域的損失，所以現在是希望找到一個特殊方向的活動，大家都認可的，可以吸引國際觀光客來。我覺得不一定是要從本身的特色出發，中部區域也可以辦一個活動是有臺灣特色的，因為像臺北辦殘障奧運，不是因為臺北殘障的人很多，或是臺北辦花博，但是花卉最強的是我們，可是臺北把花冠就搶走了，所以說像我們的工藝大師、工具機、竹雕、浮雕等傳統產業，舉辦像工藝博覽會或是農藝博覽會，若是不行，那是否可以藉由中部的力量，我們自行養一個世界上所認可的博覽會，就從中部區域開始，從本身的特色開始。

(十一)南投縣政府副縣長 陳志清

找出大臺中各縣市的互補之處，將其互補之處進行推廣，同時需也考慮財政上的限制，資金不足也有其辦理活動的作法，期望可藉由這次規劃找出可以推動的事件經濟，在推動時就是有錢出錢，有力出力。

附件三　「提昇大臺中城市競爭力研討會」完整記錄

壹、研討會目的

臺中市政府委託逢甲大學辦理「提昇大臺中國際都市層級暨競爭力策略方案」規劃案之研究，為了廣泛徵求產官學界的意見，特辦理「提昇大臺中城市競爭力研討會」。研討會內容包含兩場專題演講以及五篇文章發表。透過本次研討會的舉辦，除為本研究提供建議，以充實執行成果，並可經由多方意見的交流，提昇大臺中城市競爭力的共識。

貳、研討會內容

- 時間：民國 100 年 7 月 29 日（星期五）上午九時至下午五時三十分
- 地點：逢甲大學學思樓第九國際會議廳（臺中市西屯區文華路 100 號）
- 主辦單位：臺中市政府都市發展局
- 承辦單位：逢甲大學
- 協辦單位：逢甲大學公共政策研究所、逢甲大學歷史與文物研究所、逢甲大學土木及水利工程博士學位學程、逢甲大學地理資訊系統研究中心、逢甲大學產業與科技政策研究中心、逢甲大學公共政策研究中心、中華青年創新網絡協會

參、研討會議程

時間	議程	專題演講/文章發表
08:30-09:00	**報到**	
09:00-09:20	主席致詞（臺中市　蕭副市長家淇） 貴賓致詞（經建會代表、中彰投三縣市首長或代表）	
09:20-10:50	專題演講（一）	主講人：蘇運升(上海世博會總規劃師團隊創意總監） 講題：從 2010 上海世界博覽會之經驗探討城市競爭力的提昇與規劃
10:50-11:00	茶敘	
11:00-12:30	專題演講（二）	主講人：林建元(臺灣大學教授，前臺北市副市長） 講題：從 2010 臺北國際花卉博覽會之經驗探討城市競爭力的提昇與規劃
12:30-13:30	中餐	

13:30-15:25	第一場次	主持人：逢甲大學　楊副校長龍士 與談人 1：臺中市交通局　林局長良泰 與談人 2：臺灣區工具機暨零組件工業同業公會　卓理事長永財 發表文章（發表人）: 1.事件活動重塑都市空間結構之契機（賴美蓉） 2.建構海空運中心以提昇都市競爭力研議（劉霈、林大傑、韋志尚） 3.臺中市會展經濟發展定位與策略規劃（張峻嘉）
15:25-15:40	茶敘	
15:40-17:00	第二場次	主持人：臺中市都市發展局　何局長肇喜 與談人 1：臺中市觀光協會　陳總幹事文旭 與談人 2：東海大學景觀學系　侯教授錦雄 發表文章（發表人）: 1.發展中臺灣節慶活動之可行性評估（鄭明仁、穆青雲、羅仁豪、廖夆淇） 2.臺灣媽祖進香遶境活動與文化觀光（王志宇、柯光任）
17:00-17:30	綜合座談	主持人：臺中市都市發展局　何局長肇喜

肆、研討會逐字稿

一、主席及來賓致辭

(一)臺中市蕭副市長家淇

有一些比較客觀的指標，如醫院的一些病床數跟人口比例，這也是一個非常重要的社會福利指標，所以我要特別謝謝逢甲大學一直根留臺中，逢甲大學對臺中確實很重要，黃副主委剛剛也特別提到臺中市很多資源都來自大學，我要特別謝謝逢甲大學長期對臺中市政府非常支持，尤其是楊副校長雖然掛名在逢甲大學是副校長，事實上他是在市政府上班，因為他每天都到市政府去開會，副董事長要找他比我還要難，我每天都得看到他，所以我要特別謝謝逢甲大學。我們為了回饋，趕快把水湳機場劃一塊土地給逢甲大學，但不是送的，送的會有圖利，所以是賣的，但是最主要是讓逢甲大學更好，讓臺中市的每一個大學更好，這是我們的目標，這也是建構一個城市競爭力的一個面向，就是教育資源的加強。

還有最後一個就是政府的行政效率跟企業的競爭力，也是一個城市競爭力非常重要的，那企業的競爭力我們一般認為是民間的事情，你們政府沒有辦法幫忙。事實上我們怎麼樣來做教育訓練來幫忙企業提昇競爭力，這個也

是城市競爭力非常重要的指標，還有政府的行政效能，每一個在評斷城市是否有競爭力的時候，政府的行政效能也會列為一個很重要的指標，最近一個雜誌所做的城市競爭力的調查裡面，我們有很多指標都僅次於臺北市，可是最近我們滿意度很低，沒有人在看城市競爭力，都是很主觀的，問到市民對教育滿不滿意，都不滿意，也就是說我們客觀的指標非常好，所以這是有非常大的落差。

我們怎麼樣建構城市競爭力，透過一些重要事件行銷，來帶動都市的發展，例如說臺灣塔，因為臺灣塔的部分，建設一個有競爭力的都市要有一個指標性的建設，這個指標性的建設當然也不是一個畫大餅的建設，這種指標性的建設能夠引起他的迴響，十一月初競圖結果就會出來，可以看到臺中港，可以看到臺灣海峽，往西南可以看到玉山，往北邊可以看到大臺中兩千兩百平方公里。我們的目標是節能減碳，一般塔上升下降都是用電梯，可是我們是用漂浮的葉片上升，上升一百公尺可以看到全逢甲，上升兩百公尺可以看到大肚溪，上升到三百公尺就可以看到臺灣海峽，這樣設計我們稱為生態樹，預算的部分八十億，議會還保留，但是我們希望讓城市在國際上能有能見度，所以有些國際建設還是要推動。

還有世界九大建築地標，就是我們的歌劇院，期望能透過一個國際型的建設讓城市競爭力以及能見度能夠提高，各個面向整合後，縣市合併有一些指標開始下降，因為兩邊開始整合有些指標開始下降，我們會先針對弱的項目開始做加強，有一天一定會贏過臺北，就是九大指標有幾項一定會贏過臺北，我們希望建構一個城市競爭力，讓大臺中的發展會更好，祝福今天的研討會順利、圓滿成功，感謝大家，謝謝！

(二) 經建會黃副主委萬翔

在座所有的來賓大家早，非常高興來參加這樣子的研討會，我覺得臺中市蕭副市長剛剛特別提到很多的建設，在去年的十二月二十五日我們臺中縣市合併升格以後，帶領臺中市走入一個新的紀元。過去我們對直轄市的感覺都是都會型的都市，今天臺灣的直轄市邁入一個鄉村型的都市，這是過去沒有的經驗，帶來兩個非常大的衝擊：第一個就是資源擴大，面積現在有兩千多平方公里，人口也到達兩百六十幾萬，面積比臺北市多了三倍，幅員增大、人口增加、資源也增加，過去臺中市不可能去賣水蜜桃，現在臺中市可以賣

水蜜桃，因為那也是臺中市-谷關、梨山都是我們直轄市的一部份，可以說是資源擴大、資源增加的一種驕傲，等於說把很多的驕傲融在一身；同樣也把很多責任都承擔起來，可能過去臺中縣偏鄉的建設問題、需求的不滿足也都是臺中市要去承擔的，這樣兩個挑戰需要做一些結構，那像人力、資源、財務這些配備重新要去結構以外，我們的計畫跟腦筋要重新結構，因為沒有新的思維，沒有辦法把這個新的局面做穩定。

第一個要做內部的均衡跟內部的穩定，再來就是做外部競爭力的提昇，那我們在需求面要均衡，但是在外部供給競爭面需要集中，所以集中跟均衡要同時發生在一個地區，而不是只有一種方法，這個都是過去所沒有的做法，臺中市不但是擁有這樣子的資源，伴隨而來的整個大臺中市才是一個蛋塔，還由南投、彰化甚至到雲林，並不止於合併後的轄區，大家可以知道將來的願景相當的高，我特別在會前收集一些資料，二零零七年臺中就得到國際最佳文化藝術城市，二零零八年遠見雜誌辦的臺灣縣市競爭力大調查，臺中市是第一名，沒有輸給臺北，第三個就是中國今年在網友做的調查十大宜居城市，臺中市是第二名，都非常令人振奮。

有一個比較全世界指標城市競爭力的報告，臺中首次落在五百名以內，是一百七十五名，臺北市是三十八名，臺北市也曾經名次在蠻後面的，都能夠超前，臺中市在這樣肯定之下，我覺得回顧過去這樣子的做法，事實上受到很多的肯定。今天的身材跟過去不一樣，將它評斷的是大臺中，我相信又有新的局面跟新的資源要去考驗，剛剛蕭副市長提到競爭力的提昇，那競爭力的提昇指標在哪裡？最近亞太 APEC 城市也做了一個評斷，臺北市又在裡面，也受到好評，臺中市還沒有進來，我的意思是說我們還有很多的指標可以來列，列了以後希望可以拿我們的長處來發展，然後把我們的短處盡量去彌平。

今天來開這個會正好是時機，中部的資源最多，透過逢甲大學這樣一個智庫來幫忙，臺中市怎麼樣重新做一個新的結構計畫，大臺中應該像畫格子一樣，對應每一個格子做明確的定位。定位其實就是三種，第一個是向上成長的街廓，第二個是向下要外移的地區，第三個是維持穩定不動的地區，我相信大臺中兩千多平方公里，生活格子、產業格子不外乎是這三種狀況。我們就提出一些指標，每一個格子要做什麼樣的動作，有什麼樣的機會，有什麼樣的潛力來達到這樣的指標，那我要給它什麼條件，我想這個就很務實的

可以來做。韓國在做一個競爭力的時候有很多可以參考，他在調查全亞洲的一些都市，文化資源的比例密度有多高，例如說十萬人有一個博物館，或是一萬人有一個博物館，他發現他落在我們和日本後面，它就有一個目標，明年或是三年要在我們之前在日本後面，向前進步，再下一年他就要往上，它就在它的時間序列投入相當資源來達到那個目標，我是說指標的達成是有條件的，這些條件我們必須要堅定地指標給個適當的條件，自然就會來達成的。

具體來講，我們有三個 C 可以來做，第一個我有多少的限制，我有什麼樣的情況，包括財物的限制等等都把它先想好，第二個我們一定要看的是我們的機會，我到底有什麼機會，沒有機會的，例如說我們現在排名五百名，我們要到前五名，這看起來有沒有這個機會，第三個要談的是條件，什麼樣的條件進來就會成功，我們在 3C 上面看這件事情，我想臺中市就會落實逐步來進展。

我剛剛在會前跟幾位前輩都在交換意見，臺中市現在的狀況，打籃球身高超過兩百公分，體重我相信也過重超過一百公斤，要跟人家撞都夠，現在是開始把投籃跟灌籃的技術做好，那這些教練都是在座各位，我希望在這樣大家的合作，尤其是區域平台的建立，可以把大的臺中，整個平台當作一個後盾，所以你的資源會更廣、優勢會更多，我們可以跟其他國家來比，整個面積、人口數，我想都已經具足，身材都具足，這樣要達到城市競爭的新紀元，我想大臺中是非常有希望的，不只是跟臺北市做比較，胡志強市長一再要跟許多城市做比較，我相信我們是會做到的。臺中市也有自己的一些賣點，像宗教；不管是從臺中縣到雲林縣，還有很多的會展、觀光，所有的東西都可以融於一身來增加自己的特色，也期許在大家的努力之下，臺中市可以跳上新的紀元，祝大家身體健康、一切順利，謝謝！

(三) 南投縣陳副縣長志清

在座的各位先進大家早安大家好，真的很高興，我們家齊兄都講說大臺中，但是我都喜歡中臺灣，我們一直中彰投都把中放在前面，臺中市是領頭羊，每次都追著胡市長的腳步，真的我在這邊要跟黃副主委報告，臺灣的花產量最多的在彰化，第二多的是南投，第三多的是以前的臺中縣，第四個嘉義縣，所以我們縣長那時候就講說我們臺灣的花最多，所以每年都辦花卉嘉年華，所以我們南投縣就用國際花園健康城市來推動，希望變成一個花園城

市，比較漂亮的城市，我們真的不敢去講競爭力。那今天我們縣長到臺北去，因為南投交流道大會要審，那我就特別來聽聽我們大臺中的城市競爭力怎麼來提昇，怎麼跟隨腳步。

今天是我們申辦明年全民運動會的揭牌，體委會主委下來揭牌，我們可以說是很勇敢的去申請，南投縣過去只有九十七年辦了一個全中會，我們的旅館不夠，中彰投很多來賓都會來住這裡，所以有很多互補的作用，我們現在為了一個六千萬就在傷腦筋，因為魏導演的莫那魯道，現在已經拿到威尼斯去參展了，我們很希望它可以得獎，因為得獎以後九月份上演的時候一定會轟動，就跟海角七號一樣，它現在就在林口的製片廠霧社的街道，希望遷到南投的霧社來，因為遷回霧社是很當然，那現在要跟林務局要一塊地四公頃，但是光遷、重建就要六千萬，一直想說要籌這些六千萬，就要跟企業界來募款，要跟誰募款還在動腦筋，大家一起來思考看看，因為這是一個文化的層面，莫那魯道古戰場就在廬山的上面，原來的戰場也在那裏，它不是拍戰爭片嘛！拍戰爭片不可能到威尼斯影展，要從文化面來著手，所以我們希望說從大臺中的城市競爭力提昇之後，我們一起來享受這個城市競爭力，當然南投可以提出來的蠻多的，因為南投四千多平方公里，比現在的大臺中還大，我歡迎各位來，因為我們現在辦清境的風車節，小瑞士插了一萬六千支的風車，現在去看的話真的很壯觀，五顏六色的風車，現在上去的話要多穿一點，因為現在還是蠻涼的。埔里辦美人腿節，這一次大陸也有來參展，另外，火車好多節還在辦，水里的玩水嘉年華，要玩水要避暑的話歡迎到南投的溪頭跟清境來，在這裡代表李縣長祝福各位，也祝福臺中市趕快長大，我們跟著一起長大，祝大家身體健康謝謝各位！

(四)逢甲大學高副董事長承恕

我們臺中市大家長蕭副市長也是今天大會的主辦單位，所以在這裡我代表應該是承辦單位逢甲大學，特別向臺中市政府致謝，因為臺中市政府長期的支持，不論在合作計畫或各方面給我們很多的協助，讓我們逢甲大學跟臺中市一起成長，今後我相信也會大幅成長。今天很高興、非常難得黃副主委、林副市長、老師、同學們都共聚一堂，在我們這個學思樓探討我們大臺中的發展，我想今天的研討會有很特殊的意義在裡面，一來據我了解，這是逢甲大學在我們楊副校長和馬彥彬教授，整個團隊在經過很長的時間規劃出來的研討會，同時也邀到各方面的專家學者來參與這場盛會，而且更難得從上海

同濟大學請到我們蘇運升先生來談 2010 年上海世博的規劃跟經驗，所以總的來講今天這場會，我的理解它可以說一方面是跨界的，它都是講大臺中，就像剛剛黃副主委講的它不是僅止於臺中縣、臺中市，現在是臺中市了，而是更大的一個區塊，像黃副主委剛剛講的蛋黃和蛋白的一個比喻，包括日後跟上海、廈門整個沿海很多的城市，我們可不可以做可以做更進一步的連接。

我想我們今天有一個觀念，像剛剛我很認同黃副主委講的，我們在思考問題的時候絕對不能夠再侷限於過去的框架跟格局，也要在高度和寬度做重新的調整，所以臺中市合併並不是說把建設合併，而是它整個格局要改變，那就是高度、寬度各種項目的重新定位，所以今天我們思考大臺中的發展跟城市競爭力，要從這樣的位置、高度上面去做思考，我們面對這樣的一個未來的發展應該是很有信心的。

我在這邊可以跟大家做一個見證，49 年前我第一次到西屯來，我父親帶我來看剛遷校，從大坑搬到西屯來，我還記得很清楚那個時候是二月天，西屯這個地方旁邊就是一個機場，那時候我的第一印象，人煙罕至，我那個時候心裡想，這個地方能辦大學嗎?我那個時候念初中，那個時候連一棵樹都沒有，在座各位同學你不要以為這些樹原來都長這樣子的，以前一棵樹都沒有，因為旁邊是機場，地上全是鵝卵石，日據時代日本人弄的，所以學校的樹不好種，我們楊副校長最清楚，長一長最近又倒了一兩棵，因為地上有很大的鵝卵石。

逢甲大學和逢甲商圈變成是不只是臺中市最熱鬧的地方，中國來的朋友必然到此地一遊，當然也有人問逢甲商圈跟逢甲大學有沒有關係?我說我希望它有關係，都頂著逢甲兩個字它賺錢我們不賺錢，差別在這裡，但是問題不在這裡，就像我剛剛說的，一但把高度拉高的時候，其實跨界和跨業連結的整合正是未來一個無限發展的機會。

今天我們辦教育，教育是要辦好，但是怎麼樣跟外部的資源做互動跟結合，學校要辦好當然要支持臺中市，臺中市好學校就好，學校辦好臺中市也會好，所以我想未來教育的發展跟地方建設、國家建設是要結合在一起的，所以今天我們大家能夠共聚一堂來思考、來討論臺中市城市的競爭力，我覺得不論天時、地利、人和各方面的條件都是一個最恰當的時候，今後我們可以往前面看，我水楠要開發，臺中縣市要整合，怎麼樣善用這樣的一個機會，

不但說臺中市建設成中華民國所有城市裡面佼佼者。

我可以跟蕭副市長講不要太介意遠見雜誌的民調，我自己搞社會調查的，現在的民調問題很大，那個樣本跟問的問題各方面，我不是批評遠見雜誌，也不是批評這些報章雜誌的民意調查，現在的民意調查都是用電話，我請問各位現在打到家裡接電話的是誰?這本身的樣本本身就有大的誤差，包括現在總統民調雙英打平，鬼扯！抽樣的母體都沒有講清楚，我們現在常被這些數字給唬了，我不是因為今天蕭副市長是老朋友所以幫他說話，臺中市有沒有進步，大家有目共睹，我們給蕭副市長掌聲鼓勵一下，日後做調查做研究不要只是公布只是數字跟排名，那是一個形式，可能要更謹慎，對排名第一的不見得有加分，對排在後面的這是不公平的，北方人有句說法，什麼事合理不合理，你給我一個說法，給我講個道理。但是這個不重要，我們大家要齊心協力、一起合作、繼續發展、事實勝於雄辯，未來的挑戰一起努力，我們相信我們一定可以更上一層樓，謝謝各位，祝福大會順利、成功，謝謝！

二、專題演講(專題演講內容詳會議手冊)

(一)從 2010 上海世界博覽會之經驗探討城市競爭力的提昇與規劃

主講人：同濟大學教授，上海世博會總規劃師團隊創意總監－蘇運升

(二)從 2010 臺北國際花卉博覽會之經驗探討城市競爭力的提昇與規劃

主講人：臺灣大學教授，前臺北市副市長－林建元

三、第一場次文章發表(文章發表內容詳會議手冊)

■主持人：逢甲大學　楊副校長龍士

■與談人：臺中市政府交通局　林局長良泰

臺灣區工具機暨零組件工業同業公會　卓理事長永財

■發表文章（發表人）：

1.事件活動重塑都市空間結構之契機（賴美蓉教授）

2.建構海空運中心以提昇都市競爭力研議（劉霈教授、林大傑教授）

3.臺中市發展會展經濟之研究（張峻嘉教授）

■主持人及與談人評論：

(一)楊副校長龍士

謝謝三位的精闢的報告，接下來，我們從賴教授的事件經濟跟都市發展，也跟各位引言一下臺中市可能的都市發展，上午我們聽到的都是大型的展覽，如花博、世博。因為我們希望能在很短的時間提昇臺中市的競爭力，那剛剛張教授提到的會議制度、會展，那以臺中市，剛剛林教授提到的陸海空的門戶，我們要把人流、物流拉到臺中，那最快的就是會展、節慶，這些能跟觀光結合。

那麼接著，我們進行與談，第一位是我們的交通局長，林良泰，他在推捷運，對於我們臺中交通運輸有重大推動。第二位是卓理事長，他全世界跑透透，參加過的會展很多，所以我們也邀請他來替我們給一些建言。

(二)林局長良泰

在整個過程當中，在整個主題，我們是城市競爭力，城市跟人一樣，第一個印象你給人的感覺是什麼？你是美？是醜？還是具有獨特性？胡市長一直在推一個，臺中市要 Unique，單獨的一張臉。那臺中給人的臉是什麼？

從最近的兩件事情，跟今天的主軸有點關係。最近臺中市在做的事，第一，爭取 2011 年的東亞運。主題是 Finding Green Giant，尋找綠巨人。為何要用這做主軸呢？因為只要人的聚集都會製造大量的碳，那如果臺中市舉行東亞運，對來自世界各國的人可以節省多少碳？那比你到北韓、到蒙古能減少多少排碳量，而且，讓他們感受到臺中市在環境保護、在大眾運輸、在相關的節能減碳的做為上，能導入生活中，所以一個是見不到放煙火，是要有若干的教育性、有趣性的觀念，所以說我們透過尋找綠巨人的事情來做。

第二件事情是，我們昨天在市長的帶領下，臺中市的局長們到環保署去爭取我們的低碳城市的示範城市，那低碳城市在中部透過第二階段的篩選有臺中、雲林、南投，那昨天相關的簡報我們一直覺得審慎的樂觀。那過程當中，我們知道，一個就是一個團隊要兩個東西才能成功，一個是創意，那我們經營市鎮要有創意，為什麼呢？因為就我們去簡報之前，聽說我們的書面資料評審是第二名，但是我們永不放棄，在第二階段的實地訪查，在第三階段的溝通，市長用盡了全力，希望把最後的五十分追回來，我們是有希望的。

那他的創意在哪裡？這要從一個草地說起，從市民廣場開始說，從九年前，市民廣場從一個黃土比草地多的廣場，變成一個有勤美綠園道，到有民眾在那邊親子同遊，再到我們的水湳經貿園區。水湳經貿園區是一個低碳、生態的科技園區，也是一個相關的經貿的展覽館整合在一起。

當初很多的委員、訪談的民眾他們說了一句話，我們要減碳，做得到嗎？我們要相關的汽機車在園區內做限制，做得到嗎？我們說：只要大家都守本分，一定做得到。為什麼有創意、有執行力就一定做得到？從交通的角色來看，水湳機場從小小的國內機場，因為我們看到了，如果水湳機場不遷移到清泉崗機場，臺中就從兩岸直航出局了。市長就是看到了，才化不可能為可能。從當初沒人看好的國內機場，到現在來說，整個兩岸之間，扮演了一個非常重要的旅運角色，第二航廈要出來了。甚至連臺南機場都在說，為什麼臺南機場都是用所謂的包機的而不是用定期航廈，這就有人說，你去學學臺中吧！臺中過去是怎麼努力的，是怎麼從包機到定線班機，臺中很希望能夠走出國際，所以臺中未來不僅僅是兩岸直達，更是國際機場。

我剛出門的時候，華信總經理打了電話給我，他跟我預告了一個好消息，他年底也許會直飛到胡志明市。在這過程當中，我們說要如何把這些事情化為臺中未來的臉，這真的是非常重要，所以一期航廈、二期航廈的大眾運輸，上個月我們也開了快捷的公車進去了，所以當所有人到了清泉崗機場，再透過相關的都市計畫的改變，做為相關低碳城市，把整個門面，延伸的入境大廳，變的整體的設計，我相信臺中機場是個具有未來競爭力的機場。

第二個，我們來談談所謂的航運，那港口的部分，現在遊輪已經成為觀光的主軸部分，以七月二十三的相關郵輪來到臺中港，我們做了相關的措施，剛剛林老師說我們把公車開進去旅客服務中心外，我們還很貼心的安排計程車、CARCOOL 等相關交通工具讓旅客到達他們想去的地方，現在遊輪下來的旅客第一個想去的是什麼地方？是日月潭、是誠品、是逢甲夜市，甚至未來他們可以搭計程車到苗栗到雲林等等。那把中臺區塊一起發展就是我們能落實展業整合的一個重要關鍵。

那我們知道，不管是產業的發展也好，還是觀光的發展，最重要的就是一個完整的運輸網。那一個完整的運輸網要永續發展的一個重要精神，是在大眾運輸上面。所以大眾運輸的發展，在過去九年來，臺中市交通局費盡非

常多的努力，他運量從一個月四十萬，到現在的四百萬，十年提昇了十倍，這在臺灣的大眾運輸史上已經豎立了一個非常重要的典範。

我們九年前的臺中的公車，大家都不敢期待，可能是幽靈、老舊、服務態度很差，所以我們引進了一個觀念，引進新的路線，引進公共政策行銷的方式。在初期，我們陸陸續續推出了六條新的公車路線，這讓大家上車就可以抽獎。我們最年輕的學生、年輕族群，每天送出一輛腳踏車，每週送出一台手機，每月送出一台筆記型電腦，所以說我們那時的口號是“天天送，週週送，月月送，壓軸再送歐洲兩人同行一人免費”，透過這樣的觀念把行銷的概念倒進來，現在議員都在爭取，為什麼公車沒有經過他家門口？

在這過程當中，我們把大眾運輸的的形象改變了，我們讓他們成為可期待的工具。剛楊副校長說，我們努力在推 BRT，那什麼叫 BRT，我為什麼要做 BRT？這也是一個創意、一個執行力的展現。現在我們來講最成功的大眾運輸網就是臺北，臺北是以地下道的捷運系統為主軸。而尚未成功的案例則是高雄，高雄做了兩條捷運，並不能達到他的需求。這時候，兩個城市都做了捷運系統，臺中呢？臺中要怎麼走？我們從一個比方來講，資源是有限的，慾望是無窮的，每個人都要住豪宅，但是在豪宅還沒完成前，大家都會選擇公寓來住看看。所以我打一個比方，為何臺中要做 BRT？我們從最簡單的數字來看，一個地下化的捷運系統可以蓋五條高架的捷運系統，一條高架捷運系統可以蓋五條 BRT。那要思考，大眾運輸的民眾要的是什麼？兩個要素，一個叫路網的完整，一個叫班次的密集，他關心的只在於有沒有很快的搭上車，車有沒有離我家很近，這就是關鍵。如果我用同樣的經費可以蓋比較多的路網，那我是不是這樣可以取代，如果大家可以接受這個觀念，開始來看什麼叫做 BRT。

很多人誤會公車專用道就是 BRT，但其實不是，它叫準捷運系統，它是一次到位的系統，我們要推的第一個是雙捷公車，那雙捷公車在臺中、臺灣都沒有認證過，很感謝交通部為了臺中，在年底前修法通過雙捷公車的認證。第二個部分，具有都市意象的站亭，具有雙捷的都市意象車廂，具有中央行控的能力，透過這樣的概念來完成臺中完完整整的路網。我說服了市長、副市長，年底要跟議會說明，我們還跟環保署承諾要做世界第一個電池公車，如果成功的話，這在為臺中市打造一張臉是非常重要的。如果以後大家發現臺中市是陽光、節能減碳的，那麼我們成功了，謝謝大家聽我的說明！

(三) 卓理事長永財

會展，我有痛苦的經驗，去年辦成了一個臺中第一個臺灣國際工具機展，那不只這個展，我們一年大概有一百二十個會展，那我會去看二十幾個展覽，這個月我就看了上海的中國展，在日本的先端技術展，因為我們的精密工業產業橫跨了生老病死，從精子、卵子的取樣到人的最後，我們都包括了。

關於剛剛幾位教授的報告，我有幾個觀念要先提出。我們說事件行銷，你要看看這個會不會為我們的產業帶來發展，其實你要看事件的本身。如果你在屏東辦事件活動，那對產業的連結很弱，就無法帶來產業。像我們去年在臺中舉辦的臺灣國際工具機展，這個就會帶來產業聚落跟好的競爭力，為什麼？因為他來看展，他可以看到很多產業，因此他可以提昇臺中的產業競爭力。那林教授提的海港的想法，其實我們應該想一下臺中有哪些資源，最怕每次都講一些遙不可及。

舉韓國來說，韓國的資源都集中在某幾家大廠，那臺灣辦的到嗎？所以我們不能去比較，因為我們不一樣。那臺中有什麼呢？那我們去廈門、泉州很近，那我們就去想，我們能不能做兩岸的直航到廈門、泉州，將它們的資源好好溝通，看是否能轉用，先把利基發揮出來，自然就會帶出其它的資源，一下子就跳很遠，那是不可能的事。我們要認命，我們必須要做到。我們要比人家更拼、更快速，因為我們沒有那樣的資源。因此，我們在那樣的公共設施，你要看有沒有那樣的資源。

其實，我們在三年前辦了一個機器人展，經濟部那年給我們經費辦這個，因為我第一屆創會的理事長，那政府給我們的任務是在第二任的尾端才會有個展，但我那年卻被趕鴨子上架，因為那年臺灣區機器公會要辦機器人展，所以那時就硬接了下來，他五月辦，我八月辦。三百多個攤位，非常成功，比他們還要成功。展覽場不能把臺中世貿跟經貿園區的展覽場放在一起，這樣沒人會去。今年三月，臺北國際工業展，雖然有一千多個單位，但信義路段沒人去看啊。雖然臺灣經濟排名很前面，但臺灣其實很悲哀，我們連個像樣的產業發展的展覽中心都沒有。老實說是丟臉的事情。這是政府要檢討的。

會展要以國際的結構去規劃，連廁所都要求五星級，這就是國際級的展覽。從世界的展覽中心來看，英國，就是在第一中心，雖然德國每個城市都有展場，但最大的就在德國的中心，都是放在產業聚集的地方。一個展覽中

心的成立背後都是有很多原因的。以臺中來看機械業，你能不能有兩樓？你先蓋個兩棟平面的展覽場，讓利基能夠更強。我相信臺中絕對能將會議中心跟展覽活動給辦起來。

(四)楊副校長龍士

在教授及與談人的建議及分析下，我相信臺中一定能夠成為會展中心的好地方。在產業群聚的集合，我相信這是很好的賣點。把中部的觀光及相關的地方特色展結合起來，我想會展是接下來政府可以積極的推動。

四、第二場次文章發表(文章發表內容詳會議手冊)

■主持人：臺中市都市發展局　何局長肇喜

■與談人：臺中市觀光協會　陳總幹事文旭

東海大學景觀學系　侯教授錦雄

■發表文章（發表人）：

1.觀光行銷結合資訊科技整合應用（鄭明仁教授、穆青雲經理）

2.臺灣的媽祖遶境與文化觀光（王志宇教授、柯光任碩士生）

■主持人及與談人評論：

(一) 陳總幹事文旭

我是臺中觀光協會的總幹事，我姓陳，很高興能參加這活動，基本上其實我是媒體出身的，今天擔任總幹事是因為太太的關係，她是日本人，她本身與日本的 JTV，就是一個日本的旅行公社的女兒，後來跟前議長來兼任這位子。不瞞您說，昨天還去採訪那個苗栗這次的海洋觀光節，如果各位今天上 RSTV 的網站，會看到這一則新聞。前幾天我們也去採訪臺中市政府所舉辦的后里樂器節。剛剛胡市長也剛主持完這記者會。

基本上，我在這真的是很肯定我們臺中市政府對於這些地方的節慶活動的能力，因為媒體工作的關係，還有包括協會也有主辦過一些所謂地方的產業行銷活動，我是以個人參與大概就像中寮的龍眼季、王功漁火節，我坦白跟各位報告，我比較肯定臺中市政府的一些團隊能力，不是因為說人在臺中

所以替臺中人講話，我對於地方政府辦活動我都很肯定，但比較擔心是當辦完這活動之後，留下什麼？留給遊客跟觀光客的是什麼？那我去年參加王功漁火節的時候，坦白講，從活動的內容我就故意不在這裡。我們跟幾個電視台記者跟幾個比基尼辣妹到潮間帶，為了要讓電視台記者取畫面。電視台對那些貝殼是沒有興趣的，對比基尼女郎是非常有興趣的，要她到海邊去戲水，讓他們身體泳裝有透明的感覺，那就知道是什麼回事，這不是屍體就是裸體，拍完以後活動也結束了。

坦白說，那個案子費用我們都知道，當我們媒體跟模特兒會到堤防的時候，我發現六百多萬辦理的案子，堤防旁邊的廁所跟浴室跟洗手間是壞的，是沒有水可以用的。那我就覺得我們這些遊客除了擠在那貝殼工廠旁的廁所，那邊後來花了很多錢在田橋旁邊的更衣室、淋浴室，通通不能用。用那個命案現場的黃線拉起來說停用中，我真的心裡很難過。我覺得這些東西不是我們遊客能承受的，我們身上都是一些海水，都是一些沙子，我們沒有辦法找到地方可以洗，我們必須赤腳從潮間帶走到停車場，地上有碎石，讓我留下深刻的印象。我覺得臺中市政府在這一次的活動當中，包括卡卡，包括活動的細緻性比較高。我不是批評某些市政府，我只是希望在大臺中合併之後，市政府的團隊可以把一些比較精緻的執行細節，能夠擴及到中臺灣，讓我們這一項。我本身是彰化人，我們鄉村辦的活動可能是「哩哩落落」，那臺中是可以幫我們來處理這些問題。一個媒體的腳色立場加上我們觀光協會的立場，我們是希望說，如果真的可以把大臺中的觀光之願帶起來的話，這會讓我很「甘心」。

(二) 侯教授錦雄

局長，還有與談人兩位，還有在座的各位好。做為與談人大概有三件事情要報告。一個是應該簡單的把這個東西呈現出來。另外，透過這個論壇對大家有一些啟示，所以我大概用這樣的方式拋開一些名詞跟大家交換意見。我想這個案子，我想應該是都市發局未來要做為臺中市都市建設、都市行銷的一個重要課題的論述。拋開這幾個議題，希望跟各位談的事件來做為將來臺中市在整體發展上的一個串聯的一個影響，所以我大概看了這樣的議題。

所以，我想今天有去上半場的，是比較在談交通建設，後來才在談行銷跟未來可能要做的一個方向。就這樣的議題，其實兩位發表人，一個是談將

來怎樣去整合，後面的是更深入重複發展層面的去找地方的資產。我大概用這樣的方式來做一點學術性的接觸。因為這是學術研討會，那我又是在學校裡面，那只好像這樣的一個觀念來講，一個可能我對這件事情的看法，那我也比較蠻高興是市政府在執政的過程中，去合作、去談一些比較將來定位的一個問題，那我想從城市觀光這的角度去看，譬如說我們要辦一個會展，大概除了議題之外，前面也是談很多已經有的一些現象。我想鄭老師已經很清楚的去把有關臺中、中部地區的一些地方的資源調查清楚，而且利用 SWOT 分析作為評比跟比較來對臺中市做一些很好的建議。

那我想在這樣的一個課題裡面，大概要去思考可能就是先找到什麼。可能這個文化的根基要跟在地有很大的關係，各位都知道我們臺中辦很多的音樂會之前，爵士音樂節辦了很久了，他到底跟我們有發生什麼樣的關係，還是我們應該從地方去找回音樂的素材，與這樣的人去尋找一些有可能的。我們在有一些很好的地方，然後我們有什麼樣的樂團、我們有多少的表演團體。不然，將來我們有很多的硬體建設，我們到底有多少場的表演，重要的是，我們有多少觀眾。所以，我想這路是很長的。我想這是很重要的課題。

那這裡面有談到一個很重要的，在表演的素養上面怎樣去做，我想在這裡提出建設的一個方針。那老師提出大甲媽祖這塊，我想這是臺中縣市整合之後的一個問題，大甲媽祖現在已經變的很重要，是一個媽祖文化祭這種節慶。老師也談到了活動的重要性，它現在已經被指定為無形文化產，我其實覺得它北到青島日本，往南到菲律賓越南，都有天后宮這代表。祂在這個信仰圈、祭祀圈是非常強的，大陸剛已經把祂申請世界遺產，是世界遺產重要的格局。目前唯一有朝聖之路的大概就是大甲媽祖和苗栗白沙屯，兩個是比較重要。大甲媽祖比較歡樂，白沙屯比較有神秘感的，這些都擁有很多素材。老師也點到，它必須產生有顯靈的東西來帶動遊客。來帶動遊客的真實性、教育性與娛樂性的作法。如果要把我們的節慶辦的更好的方針，我覺得它變成了一個很好的素材。將來如果能跟西海岸觀光路線作結合，我想這是一個很好的構想，謝謝。

(三) 楊副校長提問

我想請教王所長，現在大甲媽祖、北港媽祖兩個系統有沒可能整合成為一個大朝聖？彰化十月份十幾天的一個線狀與面狀去結合變成更大的節慶，

跟各個天后宮一起結合把事件經濟擴大。

(四) 王教授志宇

謝謝楊副的問題，媽祖進香從過去歷史發展來說，有一定軌跡的發展。它的發展，是人跟人與神長期發展的。它的問題說不是硬把它整合成一個大的活動。或許不需要去整合，因為就大甲媽祖的規模來說就可以構成吸引力。在這樣的進香或繞境，每一次活動都有分散的時間，會更有利於安排。如果把它集中三月裡的這十天，其實就沒了。它大部分是集中在三月份。我想區域性的差異更有助於刺激。時間的安排，我覺得媽祖最近一些相關活動裡面，在地方政府推動下，它演變成文化節的內涵上，可能需要去留意的。媽祖或媽祖進香相關節慶活動，有意義有文化的內涵可以提倡的。

但是我們現在看到很多的相關活動裡面，比較像綜藝性節目，反到脫離了信仰與歷史意義。我認為傳統陣頭就是要以這些活動加以發揚。臺中市政府最近也在辦一些陣頭調查，這些陣頭有些正在消失。透過這些媽祖節慶活動，恢復傳統的技藝，把臺灣的傳統文化在這節慶裡面彰顯出來。各位想想我們到越南去的木偶戲，他是有歷史意義在裡面；我們到日本神廟的相關活動的歷史性和文化，我想應該沒有人會遠從國外來看你綜藝節目！它做的是短線操作，吸引本地某些年輕人，但國外真正想看到文化內涵的人，他可能看不到。這是我比較憂心的地方，以上報告，謝謝。

(五) 陳總幹事文旭

我想請教個問題，媽祖文化的問題，一個觀光協會跟一個媒體人的角度，我有三個問題，請教如何解決，在採訪活動當中，我必須說相關單位辦活動，有三個問題，有暴力的問題，幾乎每年都在打架或搶頭香搶到頭破血流，他不是信徒而且幾乎都是年輕人或黑衣人打架。那會對媽祖的傳統文化造成很大的打擊，期待臺中市政府有不同的作法，那臺中市政府要怎防止這樣的問題產生，教授在研究這方面問題，希望提供這方面的解決方法。第二的我贊成教授所說，陣頭真的越來越少，大家很擔心。我有個朋友是日本人他也來參加了，他倒在經國綠園道，我去救他，他是個空手道選手，他在上面打空手道，我不知道這跟媽祖文化有什麼關係。第三是垃圾問題，媽祖遶境的垃圾繞境隊伍相當長的，像是司機沿路吐的檳榔，很嘆為觀止，我們不是提倡檳榔文化、暴力文化，我們很期待那這問題怎麼解決，謝謝各位。

(六) 王教授志宇

在媽祖的節慶活動裡面，媽祖繞境暴力問題在彰化那個區段，這問題很難克服。因為歷史以來的可能像械鬥等社會環境改變，之後可能才有辦法解決歷史性問題。很難用政治干預或某種手段下去干預，除非等到它的歷史背景條件消失了，才有可能完全克服。所以如果要發展這塊觀光的話，需要避開那個路段。

很多問題沒辦法完全解決的，清代械鬥也好、菜價也好，菜價由背後集團所控制，有位官員開玩笑說要解決菜價問題除非出動國軍，這是個玩笑話。我想檳榔只是一個問題。這部分只能透過管理宣傳來嘗試解決，不能否認政府沒有完全做好。

一些傳統陣頭因為沒有表演舞台，他正在流失。如果政府能夠透過適當的安排並且精緻化，包括服裝、包括環境的配合，讓他有舞台演出，這技藝才能夠傳承，這樣才能呈現他的文化內涵所呈現出來。彰化暴力文化的確很棘手，最近有個博士生研究他研究了很多，持續做好幾年的田野調查，那他觀察不只文化和派系的問題，也許解決方式只能從底層一層一層去思想上的宣傳，希望去達到效果，謝謝。

(七) 何局長肇喜

是不是讓現場來回應，現場有沒有哪位貴賓回應，另外我們請蘇總監給我們指導一下。另外我們都發局黃副局長家住麻豆，也是麻豆文史工作者，他在這部分也有鑽研，等等請他來回應給點意見。

五、綜合討論

(一)蘇總監運升

很高興參與這討論，其實剛剛提到的問題，我自己也有感觸。廁所問題，香港古鎮重建第一就是修廁所。河邊直接挖一個地下水道，把排污系統送進污水處理裝置。大陸比起臺灣精緻度是不如，或是在管理水平上，有很大的欠缺，我覺得發展事件經濟，在世博裡頭，廁所男女比算反了導致，女廁所排隊很長，男生廁所浪費的情況，所以我們做了流動廁所因應。男女廁所合併後中間隔板可以移動，必要時就可以移動來使用，將男廁變女廁來使用，

比較有感觸是由遊客體驗度的角度。

第二個就是文化復興。我們現在有很多城市在爭奪遺產，有中華文化、城、皇帝的故鄉等搞節慶搞儀式。十年文革把很多根子給拔掉了，那時破四舊，現在想想就像塔利班把大佛炸掉一樣，我們發現越窮的地方東西保存越好，經濟發展以後造成了文化認同沒了，當它發展起來後第一件就是拆房子。為了生活改善而改變了，為了裝空調可以把強和窗戶拆掉。三十年抗戰比不過十年文革，十年文革比不過一年發展，這破壞速度真的很快，這要用搶救式的保護，保護有兩派，一個是積極入世的，不管怎樣先留下來再說。清華以陳教授為首認為這已經抵擋不住，只能用拍遺照方式的，或把他側錄下來或口述歷史方式。雖然我們同濟這邊談了很多物質空間，但發現裡面的生活方式、認同都沒有了，像外地人租了店鋪在做生意，當迪士尼布景在使用，所以看到媽祖這塊真的很有感觸，像儒家大典就是政府一年花多少萬做個儀式，我覺得好很多，如何將當代文化、注入新的精神，能把經濟、家族、文化等連接在一起，這難度非常高，他的表演性和真實內涵。我覺得能體悟到與它周遭的事務，我覺得非常的好。如果能從現有的一切注入原有傳統的精神，我想這是從另外可以思考、激發的地方。現在很多二三線城市都在找自己的文化，從新再設定他的突破口。現在中國由一鎮一產，從中國製造轉向中國設計，行銷中國文化，做些動漫形象搞電視劇來做行銷，像暴發戶，我想很多地方還是都要跟臺灣朋友好好的學習，謝謝。

(二)何局長肇喜

謝謝蘇總監，我個人在日本的堺市，大阪下面的堺市，我看到一個神轎比賽，十八個年輕人抬轎，而六歲的小孩坐裡面，然後老人在指揮，國小的在打鼓，老中青少都有參與，這個文化的傳承就有扎根，讓我覺得傳承的非常好。

(三)黃副局長服賜

我非常認同今天的研討會，從都發局要作臺中市區域計畫的角度，兩百六十萬人、兩千多平方公里，不太可能由大區規劃、一定有次區域。次區域規劃需各有特色，形塑我們山海屯，這些很多都可以成為很好的參考。我很認同教授所說的關鍵是就是價值，傳統文化的價值必須重新塑造，我也認同王教授所說的參與，不管事神聖的空間或是世俗的空間，你都沒辦法深刻的

體會到，所以在一個參與的價值上，如果可以得到一個認同，這三個加起來。

成為我們所謂第六次產業，農業加商業加工業，「1+2+3」，「1*2*3」都是六，雖然這很抽象。都離不開我剛提到的核心。世界遺產越來越強調在地化，三個核心，外圍強調物質，像古蹟、街道，第二個是節慶或民俗活動，可是這兩個核心還是在價值，或是硬體的古蹟，軟體的民俗傳統加起來才算是世界遺產，世界遺產大國像義大利、希臘、中國，還是用價格產業無意中破壞，且沒把內在價值發揮出來。高價值就消失掉，所以這三個有很大的價值。以前皇帝祭天，取得天子地位，這是價值。以前祭天只登山，後來的天壇是物質是外圍的。參加天壇活動的意義，是天子要取得權力的活動。

現在講體驗產業一定要恢復到那三個要素。苗栗白沙坑到大甲鎮南宮到雲林北港，海線的廟會活動，他的核心是什麼，不妨從這些建立，一個多元文化，因為都是同一個源頭，我們可以透過一些導覽與在地化參與，藉由活動來做一個付出，也推動一個住宿休閒的觀光宗教，是最容易打入我們的生活的，也希望這些對臺中的計畫有一個很好的基礎。

(四)何局長肇喜

臺灣的文化與其他國家有什麼不一樣？這文化從平埔、葡萄牙、荷蘭、清朝、日據。臺灣文化像河一樣納百川，超越我們來生，這是臺中四百年來文化的流程，其實媽祖文化在臺灣也是四百年以上，這部分可能是社會與大家的互動把他整合，如臺中的萬和宮，他是十多個姓氏把它整合起來，大臺中、中臺區塊都是在這樣的互助、協和、萬和，尤其是媽祖這樣的代表，用這種精神可以把大家互串起來。這場是都發局辦的 event 的整個討論，舉個例子來講像文心圓滿劇場，早上也有談到。

GAGA 來的時候，再圓滿劇場裡面大概有四千的人，本來要唱四首，最後唱了九首，胡市長給了他誘因，找了小孩子唱泰雅族的歌，因為小孩子讓她有深的感受，感動了她。那天沒有用到很多能源，這塊場地是文教用地，是都發局前輩弄起來的，得到了不動產獎。都發局努力在弄這樣場地，讓無形資產有辦法繼續延續，我覺得這些都發局前輩都是非常了不起，我們也感謝逢甲大學和其他學校默默幫臺中幫都發局。

(五)現場來賓提問

請問南屯的萬和宮「躦鯪鯉」？這可不可以推廣請問局長有沒有什麼構想？謝謝

(六)何局長肇喜

就是在端午節時穿木屐，重踏地上，發出巨大的劈啪聲響。在這背後有振奮休閒的。這是一個無形資產，這個無形資產融合了許多的事物，是相當了不起的。也有地理也故事，所以我把萬和路整理出來，然後把一些故事放在地上。事實上我帶了些學生試圖把那邊做改變。

其實在臺中清水、大甲有很多類似這樣的故事，在我們的社區營造做的非常非常的好。現在有個媽祖聯誼會，曾經萬和宮辦過很多類似的活動，像是傳統的宋江陣。我覺得這是很和諧的，那今年編的一些錢要做大甲真南宮前面的都市更新先期規劃，辦活動的時候，像車子沒辦法停、公共廁所，像是公共設施不足之類等，我們有準備編預算。

(七)柴理事長秘書

我想對於觀光的精神，還有文化背景細緻度在推動臺中觀光，這方面也希望民間和政府及其他能夠把它推動的更好。臺中縣市合併其實有很多在地資源是很值得整合細緻化的。我覺得這是個現象回到觀光的本質，在本質去研討，謝謝。

(八) 開發公會總幹事

我從早上聽下來，以往我們參加的都市發展，公車、捷運、都市開發，都是強調硬體設備，但今天我看到了軟體拿到城市競爭力這個項目裡面，這些軟體可以帶動都市發展、社區意識，透過各種不同面向可以把大臺中競爭力提昇。我自己在思考這主辦單位，建構這會場他腦筋裡想的是什麼不完全是硬體，軟體這東西，在這軟體上面帶動城市競爭力，這令我很感動。那以我們建商來講，也希望說除了在建構都市硬體這些建築物外，我們也在思考社區凝聚力或是社區意識，在這世界潮流下來，我覺得這會議很有價值，讓我受獲量多，也鼓勵都發局，感覺這個都發局不一樣，從硬體的都發局轉變到軟體的都發局，謝謝。

(九) 楊副校長

感謝都發局給我們這個機會，地方社區的文化怎樣有系統的整理，過去我們都有社區營造水準不一，不曉得能不能都發局和文化局，透過各學術單位用個有系統的方式整合。近代文化有些快滅失的要怎樣把它找回來，慢慢的各地區不同的季節把他展現出來，一個多元文化表現出來，希望能讓各個學校分散各個地區協助市政府整合把文化找回來。

(十) 李技師

我們把都市發展把它融入文化在裡面，也強調競爭力，我今天最大收穫就是聽到蘇總監。在資源有限、慾望無限，資源是要分散還是集中，是不是要像北京傾全力發展某一項目。就是說有個國際觀，上海世博每戶都有票，但我不知道是不是免費，就是說有參與率讓民眾感到有參與感。臺北是政治、經濟、外交，北京也是如此。是不是把經濟拉出來給臺中，安全交給臺北，發展交給臺中，有沒有辦法做分流，傾權力來發展經濟，有沒有這樣的思維，來破除一切事情發展，成為一個很有競爭力的大臺中，我們胡市長是很有國際觀的市長，他擔任過外交部長，所以他可以邀請國際級的人來臺中。所以我想請蘇總監談在一個共產體制這麼專制，效率非常高，我今天要完成什麼就完成什麼。十年前後的差異，有沒有辦法複製到臺灣來，如果今天臺中請蘇總監擔任創意總監，你最想做什麼產品在臺中？謝謝。

(十一)蘇總監運升

當時鄧小平說中國不夠快，後來有了黑貓白貓會抓老鼠就是好貓，但現在已經看到負面效應，有了經濟發展但文化卻遺失了，要重新思考當時講這話是不是錯的，首先要吃飽穿暖，要重新思考而且這差距越來越大。剛你說的對，專制也好共產也好，在這裡頭怎樣把一個氣態的文化充實進去，讓它變一個有機體，這我們需要考慮的。我舉個案例，98 年 99 年在桂林請來德國雙博士，行政和經濟雙博士請回來當市長。西方教育人才到東方，在這個體制下，能不能發揮到領導效用，他非常敬業，他可以戴個草帽帶著幹部到工地巡視，他說了句名言，「桂林在停滯中死去，不如在犯錯中前進」。我們知道桂林山水甲天下，桂林風景好，旅遊人口人次非常高，但桂林經濟非常疲軟，遊客只單純照相、當作到此一遊的地方。很多遊客只在桂林住一個晚上，沒有在桂林消費。後來做房屋改造，桂林從中央到歷史保護的專家，看守這裡的景貌，只能有紅色屋頂不能有青色屋頂，所有規劃非常嚴格，且注重環

保。桂林市長雙休日也不休息，民眾覺得桂林好像要翻身了，這樣有好願景的領導，在這樣體制下，這樣我們很容易辦起這措施，如果他錯整個就錯了，這需要一個監督和回饋的機制，機制可以糾正。

我同濟有個校友是個規畫專家，他做副市長，他看到很多現象，像德國主要道路是直的，桂林怎麼是彎的，他說我明天在這地方看要看到直的，然後要看到桂林的老城門，然後就開始砍樹拓街，一個早晨就可以完成。他說我要一百個橋，把國際著名的橋都搬到桂林來，紐約金門大橋搬來這，小到卻連人都過不去，這錯了也沒有個機制來處理，結果副市長被調任，政治生命就結束了。我到上百個城市，我認為規劃師權力是政府給予的，中國有這麼強權的政府，讓規劃師感覺地位很高，我認為規劃師要站在民眾那邊去，我辦雜誌免費送到各幹部去，企圖改變他們。這樣我們有機會跟政府有個平等的溝通，讓政府在規劃事情時有很多的智囊，讓公共資產增加、公共成本降低，一種經營方式，不只是土地單價售賣造成的機制轉變。有些是不知道該不該講，桂林居民很喜愛他，他讓居民收入變高了土地增值了，旅遊人口滯留時間也變長了，雙休日或一天的行程變多。後來市長變省長了，還有很多人留念他，我們看到很多問題，我擔任市長的顧問。

你剛問了一個問題，如果我來臺中建設的話應該說是學習和傳承與交流，讓政府變得更加親民的，那如果可以把大陸經驗帶過來的話。，我們有民主後集中的這塊，我們經驗是先民主後集中，在一黨專政背景下，黨的領導是董事長，他方向只要管回到本著為人民服務、無產階級服務，回到根子上，現在這問題是變質了，有點失控了，但他出發點是好的，如果他的貫徹力和集中力，大多數的民主，東亞的民主，會遇到兩極比較均衡的狀態，西方民主進入亞洲地區，像韓國、東南亞都有百分之五十對百分之五十的情況，大家都為了觀點而觀點，如果我過來合作的話，把一些更集中的，達成最後共識，集中以後大家有共識，大家討論出來很有共識他凝聚力是很強的，謝謝。

(十二)侯教授錦雄

其實我剛比較反對這說法，不是由經濟發展所主導，我認為慢慢成長與思考長年的關係，競爭力到底是和誰競爭，我想我拋這議題是想，我們是要跟誰比？跟兩岸比、跟大陸比、跟美國比，我們要怎樣去改變我們，怎麼去

分工，怎麼去談我們的需求，從共產自由觀念怎樣去評估，我覺得一個小小的幾個人可以傳承，就可以了。我們還是有迷失在很大很大的結構中，我是比較反對的，我比較喜歡每個地方都有，很特殊的特色，謝謝。

(十三)何局長肇喜

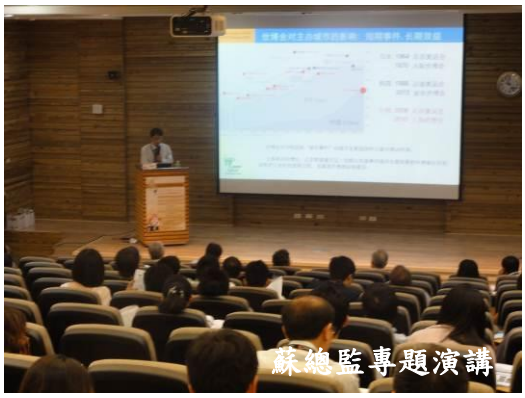
感謝這麼多人在關心整個中臺區塊，日後政府要把有形的無形的整合在一起，我們相關的法令、採購。我們要有自信，不要自閉，勇敢去承擔，我們是公僕，今天很感謝逢甲大學各單位，讓我們有這麼好的學習機會，請大家多多支持臺中市政府，讓我們好好發揮，那我們大會今天圓滿結束，謝謝各位。

伍、研討會照片

蕭副市長開場致詞

會場一隅

高副董開場致詞


蘇總監專題演講

林教授專題演講

第一場次發表

第二場次發表

綜合座談

附件四　期初報告審查意見回應表

期初審查會議所提意見	修改或回應內容
1. 各不同單位所提出的競爭力指標可能有不同的用法與意涵，可否綜整成一整合指標，以供大臺中提升競爭力之使用。此外，其排序之變動頗大（如臺北），如此在意義與解讀上，是甚麼樣的原因造成此結果？是否有相關透露出的訊息？以提供臺中市做後續強化並符合未來願景。	臺中市競爭力指標，請參照期中報告書 P.33-34，城市競爭力排序之分析，請參照期中報告書 P.28-29
2. 事件經濟的區分：例行性的（連續的）或間斷性的（單次的），其效果與所需要的配套條件亦不同。例如：爭取東亞運與媽祖遶境所帶來的效果與競爭力提升是不同的，故可否將事件做出區分？	期初之事件經濟主要說明各國濟案例及其承辦過程與效益，進入期中階段已針對大臺中地區之潛力背景，研擬可行之方案並進行相關評估，並依委員之意見論述其事件的定位以提出連續或單次性的事件經濟執行策略。請參照期中報告書 P.143。
3. 各構面很廣泛，有許多是相互關聯或需要相互協調的，資源的限制下應該選擇具有綜效性之方案，亦即如何配置資源來綜整八大構面，以使其系統性與可執行性更佳。	本計畫將配合事件經濟所規劃之方案，於期末報告中再進一步配置各構面資源，使其系統性與可執行性。
4. 報告書 P.145 經濟產業相關建設，建議可新增南投縣內纜車興建的可行性之評估。	已新增，請參照期中報告書 P.93。
5. 建議後續研究規劃或方案研擬與配套皆須考慮之可行性與執行之優先順序，以利府內追蹤各單位後續之達成狀況。	遵照辦理，於期末報告中將配合事件經濟主題，建立相關規劃與執行方案。
6. 須上 GRB 系統登錄，包含後續之期中與期末。	將會依規定於期中與期末進行登錄。
7. 須提送相關單位期末報告，如科技政策研究與資訊中心、國家圖書館；並提供電子檔予研考會，以利後續追蹤各單位採行狀況。	將會依需求狀況提供期末報告予相關單位。
8. 報告書 P.32，修正澳洲雪梨的人口與面積。	修改後雪梨的人口與面積，請參照期中報告書 P.33。
9. 報告書 P.61，刪除「…合併升格為臺灣省直轄市」中之臺灣省。	已進行修正，請參照期中報告書 P.115。
10. 可否提供標竿城市在事件經濟中所推動之交通運輸政策與計畫。	將會依照期中報告事件經濟章節最後建議之方案於期末報告中提出。

11. 報告書 P.134，中部國際機場與臺中港特定區請加入更新資料。	已更新資料，請參照期中報告書 P.84-87。
12. 報告書 P.137，請修飾「…公車接駁轉運的功能不彰」之用字。	已進行修正，將於期末報告的事件經濟配套機制中予以說明。
13. 報告書 P.160，刪除「…纜車(新社-谷關)…」中的(新社-谷關)；報告書 P.176，刪除「…山城纜車…」中的山城。	已進行修正，請參照期中報告書 P.109，並將於期末報告的事件經濟配套機制中予以說明。
14. 可向交通局索取相關資料，如臺中港與臺中機場相關建設之現況調查與週邊交通規劃等。	感謝委員提供建議，已照辦。
15. 未來所提出之策略與建議可供執行單位有較明確的遵循方向。	將由期中報告事件經濟的規劃方案，於期末報告時建議相關的策略與配套機制。
16. 縣市合併後，縮減城鄉差距為相當重要課題，可否就鄉村部分亦有一些執行的方案。	於期末報告中將配合事件經濟主題，建立相關規劃與執行方案。
17. 報告書 P.162，土地供給之現況應可再加入臺中港的部分。	已進行修正，土地供給部分已加入臺中港特定區市鎮中心市地重劃案相關資料，請參照期中報告書 P.102。
18. 報告書 P.162-163，都市更新現況分析中，會後提供相關更新資訊以修正報告書內容。	已進行修正，請參照期中報告書 P.102-104。
19. 報告書 P.45，上海為中國吸引外資之主要門戶，因此投資中國等於投資上海，上海是中國…其語意是否為投資上海等於投資中國？	中國的政治之都在北京，但其經濟最熱絡的城市則為上海，且老上海的上海灘文化更為塑造上海國際城紮下良好的根基。也因此，為期長達 184 天的世博會以上海為據點，就是希望藉由世博會的商機，吸引更多的國際資金進入上海，且藉由交通建設的串連，讓其榮景延續至周邊各城鎮，而近年來的廣州亞運、西安花博會等，皆是中國運用事件經濟之效益來提振各城市經濟與週邊環境的主要作為。
20. 第四章第五節臺中市事件經濟可能方案之初步探討，媽祖朝聖慶典、工具機年度大展、2017 東亞運，其各地（中彰投）是否有相配合的節慶或是會展。	感謝委員意見，已於期中報告內容中呈現臺中市與週邊縣市的交流互動說明，研提可提升臺中國際競爭力之事件經濟可能方案。請參照期中報告書 P.143-194。
21. 報告書 P.103，壹、現況分析，臺中資訊服務措施包含 1.改良..2.建構..3 規劃..4 建構，以上四點建議分段敘述。	已進行修正，請參照期中報告書 P.66-67。

22. 報告書之第五章第三節區域資源整合，中央政策有意將區域計畫交由各縣市政府擬定，如何藉由此政策達到中彰投之區域資源整合。	本計畫主要規劃內容在於事件經濟，本章節區域資源整合之研究子項目將配合事件經濟方案做一綜合性考量，亦期能促進中彰投區域資源整合。
23. 報告書第五章第四節交通運輸環境，若事件經濟方案著眼於 2017 年之東亞運，建議可將「臺中捷運路網」納入政策分析，而非局限於已動工之「烏日文心北屯線」。	感謝委員提供建議，謹遵照辦，請參照期中報告書 P.83-84。
24. 報告書第五章第七節，都市更新結構調整，上海舊市區透過世博會之舉辦而加以更新改造，臺中市是否能藉助上海相關推動的經驗，以事件經濟如舉辦東亞運的方式對體二、車站、州廳附近等更新地區進行更新改造。	上海世博園區利用黃浦江兩岸舊城區以拆除重建與舊建築再利用等方式進行更新改造，並配合地鐵與快速道路路網規劃，解決大量參觀人潮之問題，帶動整體觀光產業。遂臺中市將可透過老舊建築與再利用等更新手，配合交通運輸串聯，帶動地區更新，然配合事件經濟所需進行的詳細更新配套措施，將待事件經濟確認後，修正於期末報告中。
25. 報告書第五章第八節都市行銷，二、都市行銷主要發展策略共35點,建議將其分類。	已進行修正，將類別分為規劃類、工程類及活動類三種，請參照期中報告書 P.110-112。
26. 事件經濟有連續型與單次型，哪些是特殊而不能移植的？亦即因為有其文化或背景因素；又有哪些是可以移植或創造的？可能加入地方特色而引用為臺中市的參考。	在期初報告中的事件經濟研析中，主要提及國際上的成功事件經濟案例，而不論是設計博覽會、世博會、東亞運，單次或連續性的事件，皆屬於可複製移植的，原因就在於缺乏在地化的文化特色。而未來若要突顯大臺中的國際競爭力，相信若能將既有的文化藝術納入事件精神面，再運用設計.行銷包裝或創意活動的組織，就能讓屬於我們的國際競爭力永續發展。也因此，善用大臺中的文化(馬祖遶境、美食、音樂)，並結合中部既有產業(工具機、自行車等)，將能營造出大臺中之發展標的。請參照期中報告書 P.143-194。
27. 因東亞運係市府已決定爭取的，故除了東亞運之外，可否請規劃單位提出本府尚未決定要做的來進行後續思考。	感謝委員意見，已於期中報告內容中述明未來提昇臺中國際競爭力之事件經濟可能方案與可行性分析。請參照期中報告書 P.195-214。
28. 可否擴大會展經濟的效益，如工具機展為例其需要強化之展場地坪，可以思考有無需要類似場地設施之活動可以陸續利用該場地舉辦，以延長或達到更大的效益。	於事件經濟方案的研擬中，規劃以國際工具機展搭配國際自行車展，以延長並達到更大的效益。請參照期中報告書 P.183-194。

附件五　期中報告審查意見回應表

期中報告審查會議所提意見	修改或回應
1. 報告書 33 頁中，經濟學人之最適居住城市指標、IMD 世界競爭力指標與臺中市競爭力指標之關聯性為何。	為歸納建構一套適合臺中市且具國際標準的都市競爭力的指標系統，除考量城市的移居性以外，也注重經濟發展情況，因此將經濟學人資訊社之最適居住城市指標，以及 IMD 世界競爭力指標納入考量，詳文請參照期末報告書 P.36-37。
2. 報告書 33 頁，表 3-1-15 之競爭力指標，未給予清楚之計算方式，就事件經濟所提昇的競爭力只為質化的描述，能否亦有量化的部分，亦即能對研擬之事件經濟方案所達成的競爭力提昇程度予以計算。	由於本計畫目的首重大臺中地區的事件經濟，期望事件經濟能帶動城市競爭力，而指標則為事件選取的考量標準。因此基於事件經濟的可行性，除考量財務可行性、環境及土地取得等層面外，同時亦探討國內外研究報告，選取適宜的指標，藉以建構臺中市城市競爭力指標，作為事件方案選取之客觀依據，詳文請參照期末報告書 P.36-37。
3. 報告書 35 頁，可否進一步說明選定首爾、香港、新加坡三標竿城市的緣由，以及這些標竿城市對於臺中市提昇競爭力的參考價值何在。	新加坡、首爾及上海，不僅與臺灣同樣位在亞洲區域，在地理環境上具相似條件，其次，在城市競爭力上的表現及城市特質都相當出色獨特，基於此，本研究將此三座城市列為參考之標竿城市，詳文請參照期末報告書 P.38。
4. 報告書 66 頁中，現況分析第 6 行 「臺中市政府計畫處…」，但現已無此單位，請予以修正。	已修正為「臺中市政府研考會…」，請參照期末報告書 P.69。
5. (1)期中報告所提出之事件經濟以大臺中為主，可否對南投、彰化有更多著墨與較詳細的規劃，以與大臺中同步發展。(2)報告書 93 頁，表 4-5-3 資料需要更正，可於會後向南投縣觀光處索取。	(1)本研究針對事件經濟的策略規劃與相關配套措施中有諸多是在南投與彰化，亦即整個事件經濟是由中、彰、投共同參與，詳文請參照期末報告書第七、八章。 (2)已修正，詳文請參照期末報告書 P.96。
6. (1)報告書 98 頁中，臺中市幸福產業產值誤植為全臺產值。在觀光需求方面，應不只幸福產業，可否再多加補充？(2)報告書 111 頁，亦可新增太陽餅、創意市集等在地特色產業。	(1)已修正，詳文請參照期末報告書 P.102-108。 (2)感謝委員意見，已補充相關資料，詳文請參照期末報告書 P.338、P.347。

7. 報告書 170 頁所研擬之事件經濟方案係延續既有之事件經濟為主，可否再行研擬具未來性或更有創新特色之事件經濟方案，例如納入大都會歌劇院、臺灣塔等臺中市未來地標。	感謝委員意見，計畫中將針對大臺中較具有產業基礎及可行性之方案，考量納入大都會歌劇院、臺灣塔等臺中市未來地標作為方案的一部分，藉此凝聚居民意識及提昇大臺中國際形象，詳文請參照期末報告書 P.232、P.297-304。
8. 報告書 174 頁中，是否可將萬人泳渡日月潭納入花火節的活動項目，目前其檔期在每年 9 月(或許基於避開農曆 7 月的考量)，若在未觸及民間禁忌下，建議可將其納入。	感謝委員意見，考量活動時程的安排，活動將規劃搭配萬人泳渡日月潭活動期程，詳文請參照期末報告書 P.299-300。
9. 報告書 181 頁中，由圖 6-2-2 可看出媽祖遶境路線未行經南投。如何將所提出的地方手工藝創意市集，例如南投竹器工藝或其他未能位於路徑上的點，與媽祖遶境活動搭上線。	感謝委員意見，在進行四大方案之可行性評估後，將以自行車與音樂美食為未來發展主題，因此將地方手工藝創意市集等，先針對此兩大方案進行配套研擬，詳文請參照期末報告書 P.233-235、P.297-304。
10. 對於大甲媽祖遶境之路線應與廟方再協調研議，是否在配合時會產生問題。	感謝委員意見，在進行四大方案可行性評估後，將以自行車與音樂美食為未來發展主題。
11. 可否亦將大目前臺中十大伴手禮選拔納入事件經濟，以提昇臺中市之能見度。	感謝委員意見，計畫將於自行車與音樂美食兩項方案中，納入十大伴手禮選拔及活動，以提昇地方知名度及經濟效益，詳文請參照期末報告書 P.297-298。
12. 工具機及自行車會展兩者皆能展現中部地區在工業零件、組裝或加工之傑出性，建議可評估兩者合併舉辦之可行性。此外，參加工具機展的消費者多屬商務旅客，其性質有別於遊憩傾向的消費者，建議可再進一步分析其消費之特性。	感謝委員意見，在進行四大方案之可行性評估後，將以自行車與音樂美食為未來發展主題，針對商務旅客之消費特性可於後續針對舉辦工具機會展時進行分析。
13. 交通運輸的可及性，有助於臺中市提昇競爭力排名，能否針對人本運輸、永續運輸提供建議。	本研究於自行車事件經濟所規劃的大臺中自行車月，對於公共自行車租賃的規劃部分，應可滿足委員所提之要求。
14. 第四章之八個分項建議都加入小結；若干圖面解析度不佳，可否予以重製？以提高圖片清晰度。	感謝委員意見，已遵照辦理。
15. 希望規劃單位於期末報告中可提供實質策略方案，以供各單位做為後續執行之參考。	已將事件經濟之配套與實質策略方案依八個研究分項呈現於期末報告書第七、八章。
16. (1)可否於適當的章節中加入低碳城市的建議與陳述；(2)標竿城市中可否加入或補充	(1) 感謝委員意見，將於期末方案中針對提出低碳城市之相關作法，例如自行車通勤規

歐、美、日之城市，以供參考比較。	劃等，詳文請參照 P.233-234。 (2) 歐美城市地處偏遠，地理環境及背景差異頗大，而新加坡、首爾及上海等三大城市，不僅經 GaWC 評定為第一級全球城市，也因舉辦過國際型活動而世界知名。因此本研究僅以新加坡、首爾以及上海，做為本研究研擬提昇城市競爭力策略方案之標竿城市，詳文請參照期末報告書 P.38。
17. 建議加入縣市合併後對大臺中競爭力提昇之內容補充，可參考市長政見中對於提昇臺中市競爭力之看法與建議。	感謝委員意見，已進一步蒐集並參考「大臺中都市計畫發展策略通盤檢討規劃案短中長期策略方案」之相關資料。
18. 請考量透過國際合作以加強臺中市競爭力的提昇，例如將事件經濟與國際姊妹城市做聯結，透過城市外交來增加能見度。	感謝委員意見，目前先以自行車與音樂美食之配套為主，健全其活動內容與軟硬體設施後，再行計畫與國際姐妹城市進行自行車與音樂餐飲上的搭配或活動編排，詳文請參照期末報告書P.269-270。
19. 臺中市提出低碳城市、幸福城市、安全城市、健康城市等願景，是否能在提昇競爭力的同時，也將這些都市計畫發展指標予以落實。	本研究提出的兩大事件經濟方案在提昇競爭力的同時，亦可達到臺中市的低碳城市、幸福城市、安全城市、健康城市等願景。例如，自行車活動如全符合發展低碳城市、健康城市；音樂美食文化活動則可滿足幸福城市。而臺中市亦須往安全城市邁進，才能成功舉辦此兩事件經濟方案。
20. 建議對臺中市或中彰投各縣市在競爭力指標中的既有優勢予以盤點，以做為後續改善的基礎。以日本小城市的行銷為例，對於臺中市較小或偏遠的地方(如和平區等)以及周遭縣市，如何讓其亦有參與之機會？建議有更多本土化的東西納入事件經濟中。	感謝委員意見，在進行四大方案之可行性評估後，將以自行車與音樂美食為未來發展主題，在擬定活動構想同時亦會考量較周邊地區於路線及活動之配合，同時提昇在地產業能見度及經濟效益，詳文請參照期末報告書第七、八章。
21. 陸客來訪，臺中有什麼可行銷給陸客。	以大臺中目前對陸客具有吸引力之觀光資源，為觀光夜市、以及購買特產，因大臺中為中部觀光門戶，因此可透過縣市合作方式，將大臺中觀光資源景點納入遊程當中，以資源共享、共同行銷方式，推廣大臺中觀光旅遊。

22. 本局推廣通用設計、高齡化、綠能、減碳，可與其配合建立綠色交通(電動腳踏車)之 event。	感謝委員意見，電動腳踏車雖然同屬於慢車，但與自行車還是有所差別，且多為高齡者所使用，屬於針對特定族群的活動事件，較難加入本次研究項目中。
23. 期末報告可朝向食、衣、住、行、育、樂整合。本規劃案背後最好有產業基盤支援，將定期之 event 整合，予以定點、定時化，並長期協助產業發展、推銷產品。	感謝委員意見，本研究依據事件經濟方案搭配大臺中產業發展與區域資源整合，提出相關配套以協助產業發展並推銷產品，詳文請參照期末報告書第七章與第八章。
24. 圓滿劇場是不錯之地點，可常辦活力「縣」的城鄉活動，最好各區有其獨特的 event，如東勢、霧峰甚至偏遠之和平區原住民活動等，可檢討 GAGA 旋風後引發創意火種。	感謝委員意見，在進行四大方案之可行性評估後，將以自行車與音樂美食為未來發展主題，並配合圓滿劇場舉辦活動，以及邀請和平區原住民至日月潭參與原住民音樂舞蹈盛會，期間亦舉辦相關文創活動延續其文化效益，詳文請參照期末報告書 P.297-305。
25. 請以 5W2H 之方式，說明 event 未來執行構想。	感謝委員意見，期末已針對 events 規劃構想由 5W2H 方式進行敘述說明，詳文請參照期末報告書 P.229-239、P.297-305。
26. 2013 年世界住宅不動產協會，若選在臺中辦，如何發揮。	考慮到城市行銷的觀點，建議可搭配本研究所研擬的相關行動計畫(例如，可參觀在都市更新方面的建設)，以具體行銷大臺中。
27. 建議將本計畫之事件活動的地點、時間做出對應的圖表及人力資源計劃（考慮節慶、節氣、廟會、物產或拍賣等)，以更清楚標示，並將資料整合呈現，亦說明哪些競爭力的指標因執行哪些事件經濟後會有所提昇。	本研究已針對兩大事件經濟方案的各項行動計畫綜整於期末報告書第九章第二節(P.354-362)。而當執行事件經濟後，臺中市城市競爭力指標中的四個主要構面的一級指標(政府效能、經濟條件、生活環境、基礎設施)皆會有所提昇，詳文請參照期末報告書 P.352-353。
28. 建議規劃單位針對事件經濟而提出八大面向之配套機制，並於後續增加對事件經濟之推動與行銷。	已將事件經濟之配套與實質策略方案依八個研究分項呈現於期末報告書第七章(P.240-295)與第八章(P.306-348)。

附件六　期末報告審查意見回應表

一、出（列）席委員及單位代表意見如下：

期末報告審查會議所提意見	修改或回應
1. 期末報告內容中的槓桿策略（以事件經濟提昇大臺中的城市競爭力）能否成功，須由對臺中的清楚定位著手。亦即如果以文化、經濟、國際城這樣的願景出發，臺中追求的是何種幸福城市？如何與首爾等大城市競爭？而這些大城市就幸福嗎？（與他國大城市相比，臺中市應談精緻而非談規模）	感謝委員意見，本研究乃以中臺灣的在地優勢為出發，並藉由參考標竿城市的做法，來發展出適合中、彰、投三地的事件經濟，所追求的是有效整合三地的資源，並在事件經濟的火車頭效應之下，發揮週邊效益，帶動整體發展，達到「文化、經濟、國際城」的願景。本研究所研擬的事件經濟方案，均追求精緻化且密切嵌入居民日常生活與季節節慶，由此所帶來的居民幸福感與城市競爭力提昇，將可有效提昇臺中市的國際城市層次。
2. 透過清楚的市場經濟定位（釐清活動之目的、市場、對象）才會有（有辦法做）適當的效益評估（可量化之效益），考慮活動是地區性或跨域的，例如若臺北有在做，那是要與其合作或是市場區隔？應思考包裝出可長可久的活動，創造長期的效益。	感謝委員意見，本研究所提的事件經濟方案乃以中部地區現有的資源優勢為基礎，希望透過進一步的整合而產生綜效。跟其他地區(如臺北)的競合關係來看，活動與時程規劃已考量到與其他地區的區隔，而且都是長期推動的年度活動，可創造長期效益。
3. 事件經濟概分二類：其一事透過事件作為引擎發動機帶動長期發展；其二則在相當基礎上以事件用以強化幫助發展。臺中市應該集中推動持續發展，不要遍地開發，如后里薩克斯風樂器節可能會效果不彰。	感謝委員意見，本研究所發展的事件經濟方案，都是長期持續性的規劃，並聚焦於既有的基礎，乃考量中部區域現有的產業如何與資源結合，以進一步帶動後續的發展。同時，針對活動內容或地點，亦是考量到區域平衡的問題，漸進式規劃適當的地點，希望能跟地區的均衡發展結合。
4. 財務評估的部分應不只是活動，內容中並無提到一些硬體設施、設備，是否再補充此一部分，使評估更加詳盡。	感謝委員意見，已補充事件經濟方案的相關財務評估，請參見期末報告書修正P.277-281、P.317-320。
5. (1)工研院規劃以埔里為基地的智慧小鎮，以日月潭做為其延伸點，計畫內容以醫療、觀光資源及交通資訊為主，可供本案參考，向工研院申請技術配合。(2)南投永不放棄自行車活動路線（埔里至武嶺，水里至塔塔加）以及經建會相關計畫，因觀	(1)參考行政院經濟部 i236 智慧生活應用科技計畫與埔里-日月潭智慧旅遊小鎮實例，已補充說明 i236 計畫內容，請參見期末報告書修正 P.70-72。亦補充說明大臺中發展智慧型都市可結合 i236 計畫之階段性策略，請參見期末報告書修正 P.247-248。

光局國際級風景區的擴大劃設，可供本案做為參考與其搭配規劃。(3)伊達邵地區若預編入自行車活動，相關法令請洽交通部，令上有原民法的規定，在此提醒。	(2)感謝委員的意見，已將南投永不放棄自行車活動路線適當安排入本計畫活動內容，請參見期末報告書修正 P.236。 (3)目前原住民族自治法草案已經通過行政院院會審議，只待立法院三讀通過，且伊達邵地區也已申請成為自治區範圍，故未來待法案通過後，往後在伊達邵地區舉辦活動時(包括本案自行車活動)就必須遵守原住民族自治法的相關規定，請參見期末報告書修正 P.238。
6. 中臺灣音樂美食文化節的方案目前皆有舉辦，民眾可能較缺乏新鮮感，可考慮較新穎的活動來吸引民眾，增加其他的規劃來吸引民眾全程參與，例如觀光手冊的蓋章集點，可參加抽獎或換取贈品及相關優惠等等，提供本案做為參考。	感謝委員意見，已將相關行銷規劃納入活動內容作為參考，請參見期末報告書修正 P.285-286。
7. 相關活動的舉辦可事先提供給新聞局，了解活動內容並提前發布消息，以加強行銷之效益。	感謝委員建議，已補充於第七章大臺中自行車競技國際會展及第八章中臺灣音樂美食文化節行動計畫中，請參見期末報告書修正 P.274、P.285。
8. (1)大臺中自行車活動方案中，牽涉經濟、文化、觀光相關的部分可由觀光旅遊局主辦較為適宜。(2)自行車之行動計畫中，應加強對交通接駁預算應作的合宜考量。	(1)感謝委員意見，已於計畫中考量活動特性並進行修正，請參見期末報告書修正 P.274。 (2)感謝委員意見，已於自行車行動計畫中加強對交通接駁預算之合宜考量，請參見期末報告書修正 P.275-276、P.280。
9. (1)p.151、p.211 頁對於工具機的產值似乎有誤，可否請規劃團隊再行確認。(2)有關自行車活動的相關規劃路線目前皆以文字做路線說明，建議可以地圖以及路線周邊導覽形式，補充詳細的描述，有助於了解其位置。	(1)感謝委員意見，已就報告書內容進行相關確認，請參見期末報告書修正 P.153、P.213。 (2)感謝委員意見，已於計畫中增加相關地圖描述，請參見期末報告書修正 P.233-240。
10. (1)p.111，都市設計結構更新的部分，是指哪方面包含哪些部分？部分數據有錯誤，可與本單位進行核對確認。(2)兩方案落實到都市更新部分，可否再補充加以敘述；且都市更新的作法對於招商，土地權屬等	(1)都市設計結構更新部分，主要談及此次配合事件經濟所考量的都市再生部分，其包含硬體更新與城鄉風貌改善。然相關錯誤數據已修正更新，請參見期末報告書修正 P.114-115。

等可再加以分析，加強與方案的銜接。(3)都市更新的部分很可惜沒提到中區，因中區保留歷史面貌，對於中區的發展，內容可加以琢磨文化產業觀光都市更新，也可以創意或電影產業來活絡其地區發展。(4)標竿城市內容部分，如何將其優點作法運用至臺中市。	(2)配合兩事件經濟發展之都市更新相關措施部分，皆已加入土地權屬與規劃方向進行修正，請參見期末報告書修正 P.270-271、P.310-311。
	(3)感謝委員意見，本研究以所提出的事件經濟方案發展為前提，盡量考量區域均衡，但無法逐一細部規劃，後續中區發展規劃應可由都市更新相關研究案來進行。
	(4)感謝委員意見，本研究參考標竿城市作法的部分，乃在於藉此思考臺中市真正的優勢所在，進一步將各地資源整合而發展出屬於中部特色的事件經濟。
11. (1)請先瞭解方向，確認使用者和製造者的分割，若是使用、須強化使用的環境，如荷蘭為使用者強化自行車安全環境之塑造；若是製造、需輔導產業的行銷，則應強化產業。自行車部分我們為製造者，能否，需有更清楚的定位。(2)音樂節發展應考量環境設備、交通便捷性，臨場感對表演者及民眾亦重要。(3)須針對參與民眾多寡做相關搭配的設施規劃，例如元宵燈會與國慶煙火等節慶活動，透過行銷宣傳達到效果，但卻因人潮太多所導致的缺點掩蓋了優點，因此須著重全面的搭配規劃，才能彰顯優點。(4)自行車周邊配套設備欠缺者請協助點明列出。	(1)感謝委員意見，本計畫已視活動項目分別兼顧提昇使用者環境或輔導加強產業製造者之行銷，請參見期末報告書修正 P.231、P.274。
	(2)感謝委員意見，已於計畫中考量相關環境設備及交通便捷性，請參見期末報告書修正 P.285、P.290-292。
	(3)感謝委員意見，已針對計畫中之活動規模予以考量，亦即於活動之前，可依據預計參與人數做一個交通維持計畫，這部分乃針對活動天數、周遭交通流量以及實際活動規劃而有所不同。未來可由主辦單位將交通維持計畫交付專案處理，並進而研擬相關配套策略，請參見期末報告書修正 P.241、P.285。
	(4)感謝委員意見，已列出此部分，請參見期末報告書修正 P.259-262。
12. (1)各活動時間點配合與串聯，是否可以達成連續性，如自行車活動與日月潭泳渡等。(2)為收斂經建會要求，主要核心行動計畫可加強實質與非實質的財務估算，搭配的行動計畫則可予以排序，以做為後續階段性之推動。(3)可說明預估人數之參考背景，有助於做後續的財務估算。	(1)感謝委員意見，本計畫已規劃各活動時間的配合與串聯，以增加整體活動產生之效益，請參見期末報告書修正 P.277、P.316。
	(2)感謝委員意見，已補充本研究事件經濟的財務估算，並說明各項實質與非實質效益，請參見期末報告書修正 P.277-283、P.316-321。

	(3)感謝委員意見，已於計畫內容增加相關說明，請參見期末報告書修正 P.157-169、P.282、P.320。

二、行政院經建會書面意見：

經建會書面意見	修改或回應
1. 本會曾以 100 年 9 月 14 日都字第 1000003853 號函文　貴府，內容略以：「…對於臺中市事件經濟方案之可行性評估，目前尚缺乏以推估數據補充說明具體效益…請　貴府於後續辦理之期末報告書，務必從「量化」之財務觀點具體評估上述事件經濟之可行性。」先予敘明。	感謝經建會長官意見，已補充本研究事件經濟的財務估算，並說明各項實質與非實質效益，請參見期末報告書修正 P.277-283、P.316-321。
2. 目前報告書對於財務評估觀念明顯產生誤解，每項行動計畫之「經費估算」其實只是經費需求額度，並非財務評估分析。財務可行性分析係要考量大型活動的舉辦需要有哪些「支出」項目，同時藉由活動又可以創造哪些「收益」項目，例如票箱收入、廣告收入、轉播權利金收入、廠商贊助收入等等。規劃團隊參考「上海世博會」、「首爾設計博覽會」、「香港東亞運」等事件經濟的舉辦，首要目的要確實掌握其所創造的經濟效益與財務效益，而不會僅是單純由中央或地方政府編列公務預算來支應，即使是台北花卉博覽會也都有創造出一定的票箱收入與廣告收入等。	感謝經建會長官意見，已補充本研究事件經濟的財務估算，除針對各項活動的支出面與收入面做相關說明之外，並說明各項實質與非實質效益，請參見期末報告書修正 P.277-283、P.316-321。
3. 本報告書分別就「大臺中自行車競技暨國際會展」與「中臺灣音樂美食文化節」等二事件經濟提出許多配套行動計畫，惟檢視內容可發現將涉及部分中央主管部會事項，例如○○都市更新計畫，經費來源列有營建署及臺中市政府，惟本行動計畫是否已取得營建署同意？如果未經協調相關機關，其所列出的行動計畫的實現性可能非常低，不然就由　貴府自行獨立完成；建議僅列出目前已協調完成主管部會同意支持或　貴府同意可自行辦理之行動計	感謝經建會長官意見，已就期末報告書內容進行修正，目前僅針對「大臺中自行車競技暨國際會展」與「中臺灣音樂美食文化節」之各項活動提出行動計畫，一方面這些活動本身一部分是中彰投三縣市現有之活動，例如臺中爵士音樂節、后里樂器展、彰化戲曲節、日月潭花火節等，一方面也包含在各縣市政府的中程施政計畫中，例如臺中市交通局有關自行車道的規劃建置、臺中市文化局有關主題性展演活動辦理(如爵士音樂節)、臺中市觀光旅遊局有關推動休閒型自行車道

畫。另有部分行動計畫之合作縣市涉及彰化縣及南投縣，是否已取得二縣之共識同意合作共同參與並分擔經費？如果未經協調完成取得共識，其所列出的行動計畫亦恐難實現，建議二縣代表務必仔細檢視是否已同意本報告書所列出之行動計畫，以免將來執行時產生爭議。(本會再次強調所有的補助規劃案均是未來要推動執行的計畫，而非僅是研究案，所以請計畫申請單位務必要取得相關中央部會與地方政府之認同並據以編列經費，避免後續產生執行爭議。)	系統及舉辦特色觀光休閒活動(如中臺灣美食嘉年華)、臺中市經發局有關推展會展活動及發展特色產業、彰化縣文化局有關傳統戲曲展演活動及傳習推廣等。此外，東亞運的申辦亦是臺中市目標，申辦成功後可爭取相關經費；同時，如水湳經貿區國際會展中心、大都會歌劇院等場館的建設本已是臺中市現有計畫。而本案在各階段，如期初、期中、期末審查會以及中彰投縣市座談會與「提昇大臺中城市競爭力」研討會等，也都有邀請各縣市相關局處代表共同參與，會議中各代表也針對本案之事件經濟提供許多寶貴的意見，故後續活動的推動執行應是可行的。
4. 建議將「大臺中自行車競技暨國際會展」與「中臺灣音樂美食文化節」等二事件以本會所提供之結案書面摘要(財務規劃表)填列分年之支出項目與收益項目，其中支出項目必須取得相關 Stakeholder(包括中央主管部會及地方政府)之同意方可明列，至於收益項目則由規劃單位依據市場經驗或相關案例來評估可能創造之實質財務收入。	感謝經建會長官意見，本案在各階段，如期初、期中、期末審查會以及中彰投縣市座談會與「提昇大臺中城市競爭力」研討會等，曾邀請中央及各縣市相關局處代表共同參與。在彙整相關意見後，已將「大臺中自行車競技暨國際會展」與「中臺灣音樂美食文化節」等二事件經濟的收入面與支出面分別加以補充說明，請參見期末報告書修正 P.277-283、P.316-321。
5. 目前本規劃報告書在財務規劃分析內容需再加強，以目前第七章以後所呈現之內容，對於未來能否順利辦理結案恐不樂觀，請規劃團隊再確實研析舉辦一次大型活動事件「必須」配套之行動計畫，或「值得」推動之行動計畫。既然可稱為「事件經濟」則代表有「利」可得，包括非實質的「利益」與實質的「利益」，非實質的利益是透過行銷包裝提升大臺中的國際能見度，同時我們也應設法把實質的「利益」給找出來，這些都是地方政府未來創造財源的實質收入，不應讓其白白流失，如此方能符合國家建設總合評估規劃之作業精神。	感謝經建會長官意見，已修正本研究在事件經濟中的行動計畫，並補充說明本研究事件經濟的各項實質與非實質效益，請參見期末報告書修正 P.282-283、P.320-321。

附件七　期末報告(修正本)工作小組審查意見回應表

期末報告(修正本)工作小組審查會議所提意見	修改或回應
1. 財務可行性部份，可註明經費、預算來源(例如：於各縣市政白皮書中、長程施政計畫所列之經費)，以符合經建會所提意見之經費來源部份。	感謝委員意見，已依據經建會所提意見予以修正報告書中經費來源部分，包含建立「計畫基本資金」，詳細內容請參閱結案報告書 P.278-279、P.317-318。
2. 各項活動自償性的部分，可說明相關收入的估算依據與收入。	感謝委員意見，已說明相關收入及其估算依據，請參閱結案報告書 P.281、P.319。
3. (1)補充自行車會展對產業的功能，及其帶來的效益例如：提升能見度具有廣告效益、產業帶動效益等等應納入概要的評估；(2)自行車競賽的部分建議應加強競賽環境及硬體形塑的描述，例如，競賽路線的規劃是否符合需求、實際上不足之處如何加以改善，而現行暨有及未來應投入的實質建設又如何等等也應納入且一併給予建議，以能真正符合自行車競賽的要求。	感謝委員建議。(1)本研究已分別由國際面、政策面、經濟面、文化面與管理面來說明及評估自行車會展對產業的功能與其帶來的相關效益，請參閱結案報告書 P.218-221。(2)本研究已針對自行車競賽(東亞運自由車熱身賽)的相關環境與硬體需求，分別從人、車、路與環境予以補充說明，請參閱結案報告書 P.259-262；目前本案規劃的競賽路線僅為草案，後續可於爭取到 2017 年東亞運之後，由「臺中市東亞運籌備委員會」與本案建議之「大臺中自行車競技暨國際會展推動委員會」共同進行評估，並提出改善與相關軟硬體建設計畫。
4. 兩事件經濟中，中彰投各縣市的相關性與配合內容，應描述中彰投之間的權責與分工。	感謝委員意見，已分別就兩事件經濟方案的主協辦等權責分工內容，說明中彰投三縣市的相關性與配合內容。請參閱結案報告書 P.274-276、P.313-316。後續推動實務上則由兩事件經濟之推動委員會予以統籌。
5. 后里除了薩克斯風之外，亦有鼓與笛等樂器，可否略加補充與描述，而不偏重單一樂器之產業。	感謝委員意見，已針對后里樂器工藝補充相關的描述，請參閱結案報告書 P.164-165。
6. 臺中特色小吃或夜市可納入音樂美食計畫中，美食資訊盡量不要漏掉。	感謝委員意見，已將臺中特色小吃與夜市納入音樂美食計畫，並將各地特色商圈或夜市標示於圖中，請參閱結案報告書 P.289-290。

7. 研究團隊針對本次審查會議中各單位所提意見之各項回應與修正，於結案報告付印前由本工作小組成員進行覆核後納入工作成果。	遵照辦理。
8. 關於經建會期末審查會議所提之審查意見，此案為策略方案研究應給予具體建議分二類：1.各事件活動應經中央相關部會、地方各縣市政府肯認協同舉辦、2.財務計畫推算過程可更詳細，或參考他案比照相關經驗推算，以供後續計畫執行參考。	感謝委員意見，已依據經建會期末報告書面意見進行相關修正，亦已於修正後提請經建會審閱並獲回信同意(經建會回覆日期2011/12/17)。目前已就經建會審閱後之建議(以成立計畫資本基金的方式來籌措財源)，修正相關內容於結案報告書中，請參閱結案報告書 P.278-279、P.317-318、P.330、P.332。
9. 針對經建會之書面審查意見，則請研究團隊將目前修正後之報告書提請經建會審閱，以利後續結案進行。	感謝委員意見，已依據經建會期末報告書面意見進行相關修正，亦已於修正後提請經建會審閱並獲回信同意(經建會回覆日期2011/12/17)。