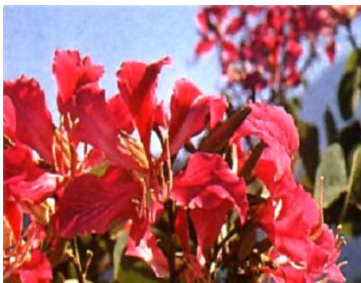


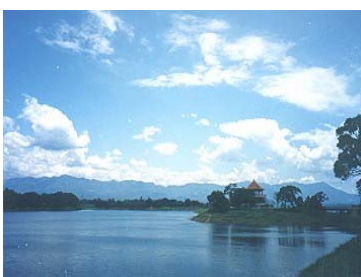
嘉義市特色產業整體發展規劃研究

結案報告書

(本報告僅供內部參考，
內容不代表嘉義市政府意見)



委託單位：嘉義市政府
規劃單位：國立嘉義大學
計畫主持人：侯嘉政 博士



中華民國九十三年十一月

摘要

近年來中央政府推出諸多經濟建設計畫，舉凡：「挑戰 2008：國家發展重點計畫」、「兩兆雙星產業發展計畫」、「五年五千億，新十大建設」，藉以促進經濟成長、增進就業機會、進而增加國家競爭力。為了因應產業結構之調整與知識經濟之發展，促進各界重視服務產業，更擬定「服務業發展綱領及行動方案」，舉辦「全國服務業發展會議」。政府期望藉由上述各項計畫與方案的施行，增進公共投資、厚植國家基礎建設、創造文化價值，實現台灣成為綠色矽島之願景。

各縣市政府以中央經濟建設為發展主軸，善用地方稟賦資源，融合地方特色，規劃地方產業發展策略，嘉義市鄰近之中南部縣市，其重大建設著重發展生物技術與觀光休閒產業。與鄰近縣市相比較，嘉義市雖然缺乏廣闊土地與豐富資源，但是，嘉義市仍具有相當的優勢及特色，諸如：嘉義市建城三百年，歷史悠久，文化資源豐盛，週邊大專院校林立，創造鼎盛的學術風氣，醫療資源更是全國之冠，亦為阿里山鐵路的起點，具備發展觀光的優勢。

本計畫經由綜合座談會，廣邀嘉義市各產業界代表，蒐集關心地方發展人士之建議，利用分析層級程序法(AHP)協助篩選嘉義市最適發展之特色產業，並且適度連結嘉義市在地資源與優勢，規劃嘉義市特色產業之具體內容。本計畫所規劃嘉義市特色產業為「養生產業」，以「多功能健康生活園區」為主軸，該園區涵蓋八大主題內容，分別為「養生園區」、「養生主題公園」、「民俗療法區」、「健身美容舒活區」、「養生活力美食區」、「地方特色健康物產展售區」、「科技醫療養生區」和「健康步道休閒區」等。為了有效推動養生產業，當務之急在於嘉義市政府以公部門角色，研擬相關自治條例，建構特色產業推展平台，成立「嘉義市特色產業專案推動辦公室」，該組織下設「養生園區管理組」、「法規研究暨服務組」、「行銷推廣組」、「經營輔導組」、「行政組」，藉此整合產、官、學、研，形成完善的產業發展平台。

「嘉義市特色產業專案推動辦公室」與「多功能健康生活園區」之設置目的，在於發展特色產業同時考量市政規劃與整體市民生活環境。然而，特色產業發展之初，需有健全的行銷推廣計畫，經由舉辦節慶活動吸引的大量觀光人潮，建立

城市形象行銷，奠定特色產業發展根基。不僅促使養生產業真正地在地落實生根，更期望打造嘉義市的城市品牌形象，提高嘉義市知名度與能見度。

嘉義市政府長期以來著重社會福利、市民保健、教育投資等方面，更多次被評定為台灣地區最適合居住的城市。然而，在中央政府積極推動各項經濟建設計畫之時，地方政府莫不積極整合在地資源，結合地方特色，推動各類產業建設。嘉義市必須以務實態度，正視鄰近縣市因產業發展帶來的競爭與衝擊，市府團隊運作融入創新思維與作法，兼顧整體市政發展，推動嘉義市特色產業發展政策，才能避免在臨近縣市產業發展競爭之中被邊緣化。

特色產業之發展與落實在於市政府的魄力與決心，市府團隊與民間業者共同合作，以積極態度與服務熱忱，建構完善的特色產業發展平台，強化產業發展之軟硬體設施，並且排除產業發展障礙，嘉義市才能開創出前瞻性、優勢性之特色產業，進而打造嘉義市成為「人間桃花園」，實現「健康城市、溫馨家園」之美麗願景。

目 錄

摘 要.....	I
目 錄.....	III
表 目 錄.....	VI
圖 目 錄.....	IX
第一章 前言.....	1-1
第一節 緣起.....	1-1
第二節 工作目標.....	1-3
第三節 工作內容.....	1-3
第四節 規劃方法：規劃流程與分析架構.....	1-4
第五節 預期成果.....	1-11
第二章 中央上位計畫分析.....	2-1
第一節 挑戰 2008-國家發展重點計畫.....	2-1
第二節 新十大建設.....	2-4
第三節 照顧服務產業發展政策.....	2-16
第四節 服務業發展綱領及行動方案.....	2-24
第三章 臨近縣市重大發展計畫與衝擊分析.....	3-1
第一節 彰化縣重點建設發展計畫.....	3-1
第二節 雲林縣重點建設發展計畫.....	3-7
第三節 嘉義縣重點建設發展計畫.....	3-14
第四節 台南縣重點建設發展計畫.....	3-22
第五節 台南市重點建設發展計畫.....	3-29
第六節 相關重大建設發展計畫對區域發展與嘉義市之衝擊.....	3-37
第四章 嘉義市發展現況與特有資源分析.....	4-1
第一節 嘉義市現況發展分析(公部門統計資料).....	4-1
第二節 嘉義市工商發展概況.....	4-15
第三節 嘉義市特有資源分析.....	4-27
第五章 嘉義市特色產業整體規劃分析.....	5-1
第一節 養生產業.....	5-1
第二節 文化創意產業.....	5-30
第三節 數位內容產業.....	5-57

第四節 生物技術產業.....	5-78
第六章 嘉義市特色產業整體規劃篩選評估	6-1
第一節 嘉義市特色產業研究座談會重點整理	6-1
第二節 嘉義市特色產業之篩選調查—AHP 分析	6-9
第三節 嘉義市特色產業之篩選結果	6-18
第七章 嘉義市特色產業規劃內容—多功能健康生活園區	7-1
第一節 養生園區	7-3
第二節 養生主題公園	7-29
第三節 民俗療法區	7-31
第四節 健身美容舒活區	7-35
第五節 養生活力美食區	7-38
第六節 地方特色健康物產展售區	7-40
第七節 科技醫療養生區	7-42
第八節 健康步道休閒區	7-43
第八章 嘉義市特色產業之推動策略	8-1
第一節 單一服務窗口資訊平台-嘉義市特色產業專案推動辦公室	8-1
第二節 多功能健康生活園區之推動方案	8-5
第九章 嘉義市特色產業之推廣暨城市品牌行銷	9-1
第一節 節慶活動與行銷計畫之探討	9-1
第二節 國內各縣市節慶活動之分析	9-10
第三節 嘉義市特色產業行銷推廣計畫	9-17
第十章 結論與建議	10-1
第一節 結論	10-1
第二節 建議	10-4

附錄一：嘉義臨近地區現況發展分析	A-1
附錄二：座談會會議記錄	B-1
附錄三：特色產業篩選調查-AHP 問卷.....	C-1
附錄四、嘉義市招商獎勵投資實施要點.....	D-1
附錄五：期初報告審查會議紀錄.....	E-1
附錄六：期初報告審查會議委員意見與回應.....	F-1
附錄七：期中報告審查會議紀錄.....	G-1
附錄八：期中報告審查會議委員意見與回應.....	H-1
附錄九：期末報告審查會議紀錄.....	I-1
附錄十：期末報告審查會議委員意見與回應.....	J-1
參考文獻	K-1

表 目 錄

表 2-1：「新十大建設」之效益分析.....	2-10
表 2-2：各項服務業之產業範圍.....	2-25
表 2-3：各項服務業之未來發展願景及發展目標.....	2-28
表 3-1：五縣市重大建設規劃.....	3-38
表 4-1：嘉義市內河川地.....	4-2
表 4-2：流經嘉義市之主要河川污染等級.....	4-3
表 4-3：民國九十一年底彰化、雲林、嘉義、台南縣市人口比率.....	4-4
表 4-4：嘉義市家庭人口.....	4-5
表 4-5：嘉義市人口年齡之分配.....	4-6
表 4-6：嘉義市人力資源重要指標.....	4-7
表 4-7：就業者按行業別分(單位：千人).....	4-9
表 4-8：嘉義市就業者之職業(單位：千人，%).....	4-9
表 4-9：嘉義市就業者按從業身份別分(單位：千人，%).....	4-10
表 4-10：嘉義市九十年及九十一年家庭人口數與就業人數.....	4-10
表 4-11：嘉義市九十年及九十一年平均每戶及每人年所得之變動.....	4-11
表 4-12：民國九十一年台灣地區各縣市平均每戶家庭收支.....	4-11
表 4-13：嘉義市家庭平均每戶年所得(單位：元).....	4-13
表 4-14：嘉義市九十年及九十一年家庭消費支出之變動.....	4-13
表 4-15：嘉義市平均每戶消費傾向及儲蓄傾向.....	4-14
表 4-16：嘉義市家庭消費支出結構(單位：%).....	4-14
表 4-17：台灣地區 90 年各縣市工商發展概況.....	4-17
表 4-18：工廠登記家數.....	4-25
表 4-19：手工業家數.....	4-25
表 4-20：嘉義縣市工業區概況.....	4-27
表 4-21：嘉義市與台灣地區都市型城市 91 年底醫療統計.....	4-28
表 4-22：嘉義市長期照護醫療現況統計.....	4-29
表 4-23：嘉義市內古蹟文物.....	4-31
表 4-24：嘉義市手工藝製品家數.....	4-36
表 4-25：嘉義市表演團體.....	4-37
表 4-26：嘉義市形象商圈.....	4-40
表 4-27：嘉義大學與中正大學之學術與研究單位.....	4-42
表 4-28：嘉義地區自然觀光資源.....	4-44
表 5-1：老人人口居住情況.....	5-7
表 5-2：醫療照顧服務社區化之執行計畫.....	5-8
表 5-3：民衆服用保健食品目的.....	5-18
表 5-4：輔具種類圖示.....	5-22
表 5-5：國際對文化、創意產業的界定.....	5-32
表 5-6：我國國家發展計畫中對文化創意產業之界定.....	5-33
表 5-7：六年國家發展計畫與政府各負責文化創意產業單位之關聯表.....	5-34
表 5-8：台灣文化創意產業範疇與政策關聯表.....	5-36

表 5-9：核心產業與周邊產業比較分析	5-37
表 5-10：台灣文化創意個別產業之核心價值、相關價值與關聯產業說明	5-38
表 5-11：我國遊戲產業範疇	5-64
表 6-1：「嘉義市特色產業整體發展規劃研究」座談會第一場與會貴賓名單	6-11
表 6-2：「嘉義市特色產業整體發展規劃研究」座談會第二場與會貴賓名單	6-12
表 6-3：「嘉義市特色產業整體發展規劃研究」座談會第三場與會貴賓名單	6-13
表 6-4：就「要素稟賦」各產業類別之優先順序	6-14
表 6-5：AHP 分析之檢定結果—要素稟賦	6-14
表 6-6：就「需求條件」各產業類別之優先順序	6-15
表 6-7：AHP 分析之檢定結果—需求條件	6-15
表 6-8：就「企業的策略、結構和競爭對手」各產業類別之優先順序	6-16
表 6-9：AHP 分析之檢定結果—企業的策略、結構和競爭對手	6-16
表 6-10：就「相關及週邊支援的產業」各產業類別之優先順序	6-16
表 6-11：AHP 分析之檢定結果—相關及週邊支援的產業	6-17
表 6-12：就「政府的政策支持」各產業類別之優先順序	6-17
表 6-13：AHP 分析之檢定結果—政府的政策支持	6-17
表 6-14：就「機會」各產業類別之優先順序	6-18
表 6-15：AHP 分析之檢定結果—機會	6-18
表 6-16：不同評估準則之首要備選產業與次要備選產業	6-21
表 7-1：嘉義市人口組成年齡級距分佈	7-6
表 7-2：嘉義縣人口組成年齡級距分佈	7-7
表 7-3：雲林縣人口組成年齡級距分佈	7-8
表 7-4：三縣市 55 歲及 65 歲以上人口數、所佔比例與年成長率	7-9
表 7-5：三縣市於民國 97 年與 102 年之預測人數	7-10
表 7-6：嘉義市已登記立案之私立老人安養護機構	7-19
表 7-7：嘉義市護理機構一覽表	7-20
表 7-8：國內高價位銀髮住宅一覽表	7-22
表 7-9：國內平價銀髮住宅一覽表	7-24
表 7-10：養生文化村收費標準表	7-27
表 7-11：養生園區之差異化優勢	7-28
表 7-12：養生主題公園之目標族群定位表	7-31
表 7-13：民俗療法區之目標族群定位表	7-35
表 7-14：健身美容舒活區之目標族群定位表	7-37
表 7-15：養生活力美食區之目標族群定位表	7-39
表 7-16：地方特色健康物產展售區之目標族群定位表	7-41
表 7-17：科技醫療養生區之目標族群定位表	7-43
表 7-18：健康步道休閒區之目標族群定位表	7-44
表 8-1：各經營型態、開發方式、優缺點表	8-6
表 9-1：節慶活動相關名詞定義	9-2
表 9-2：節慶活動相關功能	9-4
表 9-3：行銷組合分類、要素及可能決策與行動	9-6

表 9-4：2004 年台灣觀光年重要文藝節慶活動.....	9-10
表 9-5：各縣市節慶活動帶來的經濟效益.....	9-14
表 9-6：健康活力文化節之活動內容規劃表.....	9-27

圖 目 錄

圖 1-1：本計畫之研究流程	1-5
圖 1-2：SWOT 分析架構	1-7
圖 1-3：鑽石模型分析架構	1-8
圖 4-1：本市就業者(按年齡分組)	4-8
圖 4-2：嘉義市工業區使用比例分佈圖	4-24
圖 4-3：嘉義市近十年各級產業發展趨勢	4-26
圖 5-1：養生產業之分類圖	5-3
圖 5-2：民衆服用保健食品目的	5-18
圖 5-3：養生產業之產品定位圖	5-28
圖 5-4：台灣文化創意之核心與週邊產業示意圖	5-35
圖 5-5：數位內容產業範疇	5-59
圖 5-6：數位內容產業現況與發展目標	5-62
圖 5-7：生物技術產業範疇	5-80
圖 5-8：全球生技產業市場趨勢	5-82
圖 5-9：我國生技公司類別	5-90
圖 6-1：嘉義市特色產業篩選—AHP 分析層級	6-10
圖 7-1：多功能健康生活園區示意圖	7-2
圖 7-2：養生園區之服務對象定位圖	7-4
圖 8-1：特色產業專案推動辦公室組織架構圖	8-2
圖 8-2：單一窗口示意圖	8-2
圖 9-1：節慶行銷目標群體圖	9-7
圖 9-2：健康活力文化節之活動內容規劃圖	9-17
圖 9-3：促銷廣告、活動系統	9-31

第一章 前言

第一節 緣起

近年來國內股市持續低迷與房地產市場供需失衡，產業外移情形遽增，經濟日趨惡化，衍生高失業率與社會問題。現階段台灣正面臨嚴重的產業與區域發展問題，以致產業外移、失業人口增加，重大地方建設並無明顯進展。綜觀影響我國產業發展的重要因素之一是外部大環境的衝擊。包括高科技產業迅速發展，傳統產業升級不易，未來發展面臨瓶頸；其次是東南亞與大陸地區出口競爭能力提升，傳統產業訂單減少，難以為繼。再者，一九九七年東亞金融風暴，許多產業深受影響，加以近年來新經濟(知識經濟)崛起，傳統產業轉型不順，在台灣加入WTO後，即將面臨市場全面開效的更大挑戰。

面對未來全球產業競爭更為激烈的態勢，台灣產業已明確定位，必須發展成為「高附加價值製造中心」，然高附加價值產業之核心競爭力的來源在於創新研發能力。因此，建立健全的環境與體系，激發蓬勃的產業創新研發活力，是支援高附加價值產業發展的關鍵。現階段政府推動的「產業創新研發中心推動計畫」，以建立產官學研互動良好之創新研發體系與及時加入全球知識創新體系，善用優異的生產製造能力，朝開發自主性技術、核心製造及將研發活動留在台灣及與國際接軌目標發展，有其迫切性及重要性。目前推動中的建構區域特殊優勢，創設特色產業技術研發園區有南港軟體設計研發中心、桃園龍園行動通訊工程中心、新竹奈米前瞻技術應用研發中心、中部地區精密機械創新研發社群、南部產業創新研發示範專區、強化中小企業創新育成環境與功能。另外一項重大國家建設政策是由行政院推出『挑戰 2008：國家發展重點計畫』(詳見第二章)，預計在未來六年內，發揮促進經濟成長、創造就業機會、提升生活品質等多重效益，並可強化農、漁民及勞工等弱勢團體福祉與權益。此計畫目的在對「未來」做強力投資，厚植國力的建設，藉由投資人才、研發創新、全球運籌通路與生活環境等四項主軸，選定了十大重點落實推動，加速打造台灣邁向綠色矽島之路。

在這一系列以高科技、數位化、創意化、高附加價值化的產業發展趨勢中，台灣各縣市政府無不根據自身的資源與條件，因應全球產業發展趨勢、配合中央政府施政方向，規劃並推動具有地方特色的產業發展策略。反觀嘉義市，依民國八十五年制定之台灣南部區域計畫，嘉義市被定位為「嘉義次生活圈之次區域中

心」，未來以發展技術密集產業及觀光為主，與周圍鄉鎮形成一「生產」環境發展區；嘉義市預測至九十四年計畫人口為二十八萬人；推估總產業人口為四十五萬人次。另市府八十八年十二月規劃完成以民國100年為目標年之綜合發展計畫，嘉義市總體發展目標「傳續諸羅古風，雕塑美富桃城」，以「精緻既有民間產業，紮根開創未來科技」為未來產業發展政策主軸，除包括設立創業育成中心、智慧型工業園區、竹村工業區、編定的中型工業區、開發後湖及湖子內工業區、貨運轉運中心等實施方案；在產業發展上能結合既有醫療資源成為生化科技研究的重鎮之一。

然而，嘉義市長久以來困受限於幅員狹小，中央政府大型產業資源未能下放挹注，在產業發展方面，以服務業為主，第三級產業人口約佔嘉義市四分之三強。市政府長期以來以「健康城市，溫馨家園」為建設施政目標，對於社會福利、市民保健、教育投資等方面，不遺餘力地推動，施政成效有目共睹。近年來，嘉義市多次被評定為台灣地區最適合居住的城市。可見嘉義市在陳市長麗真所率領的市府團隊之優質施政作為下，相當受市民肯定。但不可諱言的，在全球化的高科技競爭及中央政府所積極推動的重點建設下，及鄰近縣市正如火如荼地積極投入推動產業建設，如雲林縣的科技工業園區、嘉義縣的農業生化園區、台南縣的南部科學園區及科技工業園區、...，嘉義市產業發展正面臨發展的瓶頸與挑戰。在這波新經濟的浪潮中，嘉義市為了避免被邊緣化，其產業發展如何定位及發展，亟需以新思維與新作法來推展下階段的產業發展政策。

由未來的全球產業發展趨勢觀之，乃是以「創意工業」的「人文、創意、價值」為核心，重視三生（生產、生活、生態）、三創（創意、創新、創業），藉由人化藝術為柔性訴求，做為帶動產業設計能力提升之樞紐，再搭配原有之製造技術核心，提升產品附加價值，建構新世紀國際競爭優勢，其產業特質及關鍵成功因素(Key Success Factor, KSF)與嘉義市特有的濃厚人文氣息與產業發展政策頗為契合。如何利用地方發展既有條件優勢，規劃符合地方特色產業發展利基，謀求嘉義市產業未來發展願景，進而吸引民間投資、善用地方人才，俾以達到藏富於地方、藏富於民，一方面使充沛的民間資源為國用，減輕市府財政負擔、一方面增加市府稅收，同時也提高市民就業機會，再創嘉義市未來發展之榮景，可謂當務之急。

第二節 工作目標

本計畫之目標在於評析利用嘉義市優勢條件與機會，發展嘉義市獨特性、自主性、具地方魅力且高附加價值的特色產業，研擬特色產業的發展定位、長中短期的發展策略、及後續推動的細部工作計畫書，俾利推動落實特色產業，以提升嘉義市產業競爭力，進而促進嘉義市經濟繁榮與永續發展。

簡言之，本計畫的具體目標包括三大部分：

一、篩選特色產業

為了擬定特色產業的發展策略，有必要針對特色產業的發展策略尋求一套科學化及系統化的篩選流程，使其一方面可以作為研擬特色產業發展策略時有所依據，另一方面更可提供給其他區域發展特色產業之用。而為配合嘉義市政府的施政理念，本計畫將篩選核心技術領域，建立前瞻領導及創新、差異化能力，並根據「獨特化、前瞻化、創意化、產業化、高值化」等五個原則，來篩選嘉義市的特色產業。

二、規劃各項政策推動工具

為了有效推動特色產業之發展，本計畫將由科技專案補助、租稅優惠、人力支援、金融協助、研發園區設置、管理與輔導等角度，為市政府規劃推動並落實而須研擬的相關政策性工具。

三、研擬建立推動單一服務窗口資訊平台及招商推廣計畫。

第三節 工作內容

為了達成上述的計畫目標，本計畫的預定工作內容如下所述：

一、建構嘉義市產業發展總體規劃理念與分析產業發展之優劣勢，預計蒐集並分析的基本資料包括：

(一)嘉義市資源特色、民間產業投資發展、產業經濟現況暨中央部會上位計畫之相關政策資源。

(二)嘉義市與全國地區投資環境、情勢指標分析比較暨與鄰近地區策略聯盟之可行性。

(三)嘉義市公、私部門發展特色產業之產值、供需面評估、社會資源等相關產業經濟課題之調查分析。

二、研擬嘉義市發展特色產業之發展定位、長中短程發展策略。

三、訂定短程具體可行的行動方案工作計畫書、政策可行性評估(註)與執行網絡機制建置之規劃。¹

四、研擬吸引民間企業投資嘉義市特色產業等獎勵/輔導辦法，如稅金減免、法制規範、建立整合協調等資訊平台、行政協助、產業研發人才培育。

第四節 規劃方法：規劃流程與分析架構

一、規劃範圍及流程

本計畫之規劃範圍，鎖定嘉義市的特色產業，就其相關內容進行產業篩選，並對其發展瓶頸及對策加以擬定，同時就較具發展潛力的項目擬訂具體可行的推定策略，以作為市政府下一階段產業發展政策白皮書之參考。

本研究的進行流程共分三階段，第一階段是基本資料蒐集(蒐集範圍如「第三節 計畫工作內容」所述)。其次第二階段是特色產業之篩選，面對各種呈現於形形色色的產業別中，究竟哪些產業具備發展潛力，足以發展成特色產業？也就是藉由適當的發展政策協助，吸引非區域內的廠商者進行投資，這是第一個要解決的課題。本計畫除了藉由辦理座談會來蒐集本地企業界及相關人士(特別是工業會及工策會)之意見，尚要藉由蒐集相關的產業專家的意見，利用分析層級程序法(Alytic Hierarchical Process, AHP)來協助篩選最適的特色產業。最後階段是各項政策性工具之研擬及後續的推動措施之建議。詳細的規劃流程如圖 1-1 所示：

¹註：原「招標規範」為『包括市場可行性、技術生產可行性、經濟可行性、財務可行性及環境可行性』。

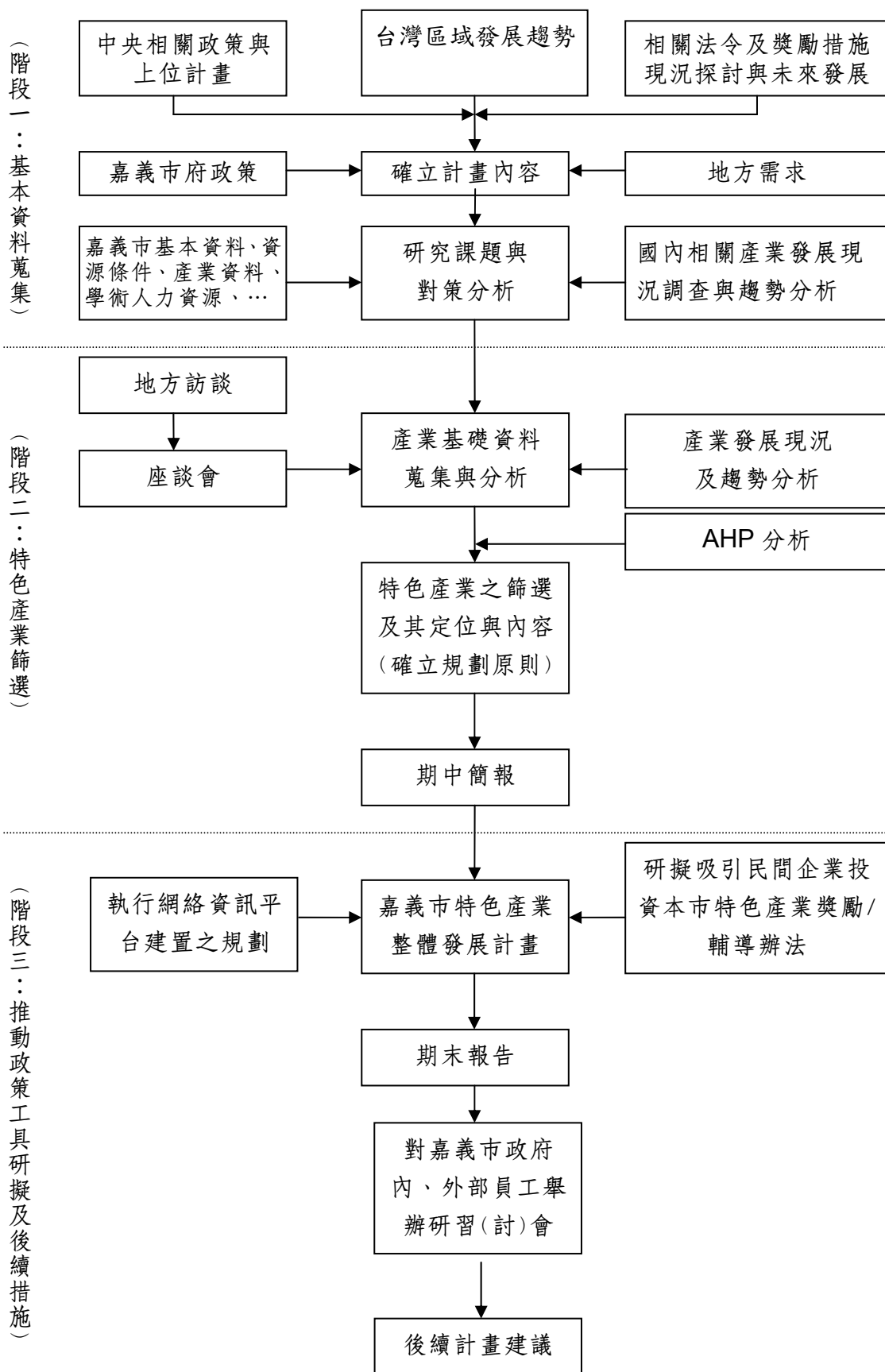


圖 1-1：本計畫之研究流程

二、分析架構

(一)本計畫之整體思維邏輯(SWOT 分析)

SWOT 分析為本計畫的整體思維架構，其相關內容如圖 1-2 所示。藉由對國內產業的外在環境分析，評估發展產業的機會與威脅，並結合嘉義市本身核心資源的優劣勢和發展計畫，進一步發展最適配的推動特色產業的發展策略，再逐步地進行細部的推動計畫。

1.外在分析

(1)全球及國內產業發展趨勢

高齡化社會的特徵日趨明顯，現有老人照顧福利措施所提供的服務仍有所不足，今後在現有福利機制之外，應發展多元化、多層次的照顧服務產業，以輔導、推動包括居家照護、社區照護與機構照護等服務，以因應社會的迫切需求，因此有利照顧服務產業的發展。

(2)中央政府之上位政策分析

行政院經濟建設委員會在 2002 年 5 月所提出「挑戰 2008-國家重點發展方案」具體計畫的「新故鄉社區營造計畫」便提出「醫療照顧服務社區化」為其中一項發展計畫。其中兩項與照顧產業有關之計畫，「社區化長期照護網路」以及「發展照顧服務產業」分別由衛生署與內政部機關主辦。

2.內在分析

(1)嘉義市政府市政中長程發展計畫

未來嘉義市的產業發展目標將以「精緻既有民間產業，紮根開創未來科技」為主軸。其中在「紮根開創未來科技」方面，係因應未來產業發展趨勢，與嘉義市產業發展條件，研擬設置生化科技園區、多媒體暨藝文專區、桃城藝術特區及客貨運轉運專區等。

(2)嘉義市核心資源

嘉義市位於台灣西南部嘉南平原北端，四面與嘉義縣相鄰。嘉義市具體建設資源包括：建立創業育成中心、智慧型工業園區、竹村工業區、編訂的中型工業

區、開發後湖及湖子內工業區、貨物轉運中心與進行中正路、文化路、中山路造街計畫及中正形象商圈等，並結合嘉義市鄰近多所教育機構(中正大學、嘉義大學、交大嘉義校區、吳鳳技術學院、稻江管理暨科技學院、大同技術學院)，發揮學術及研究資源。

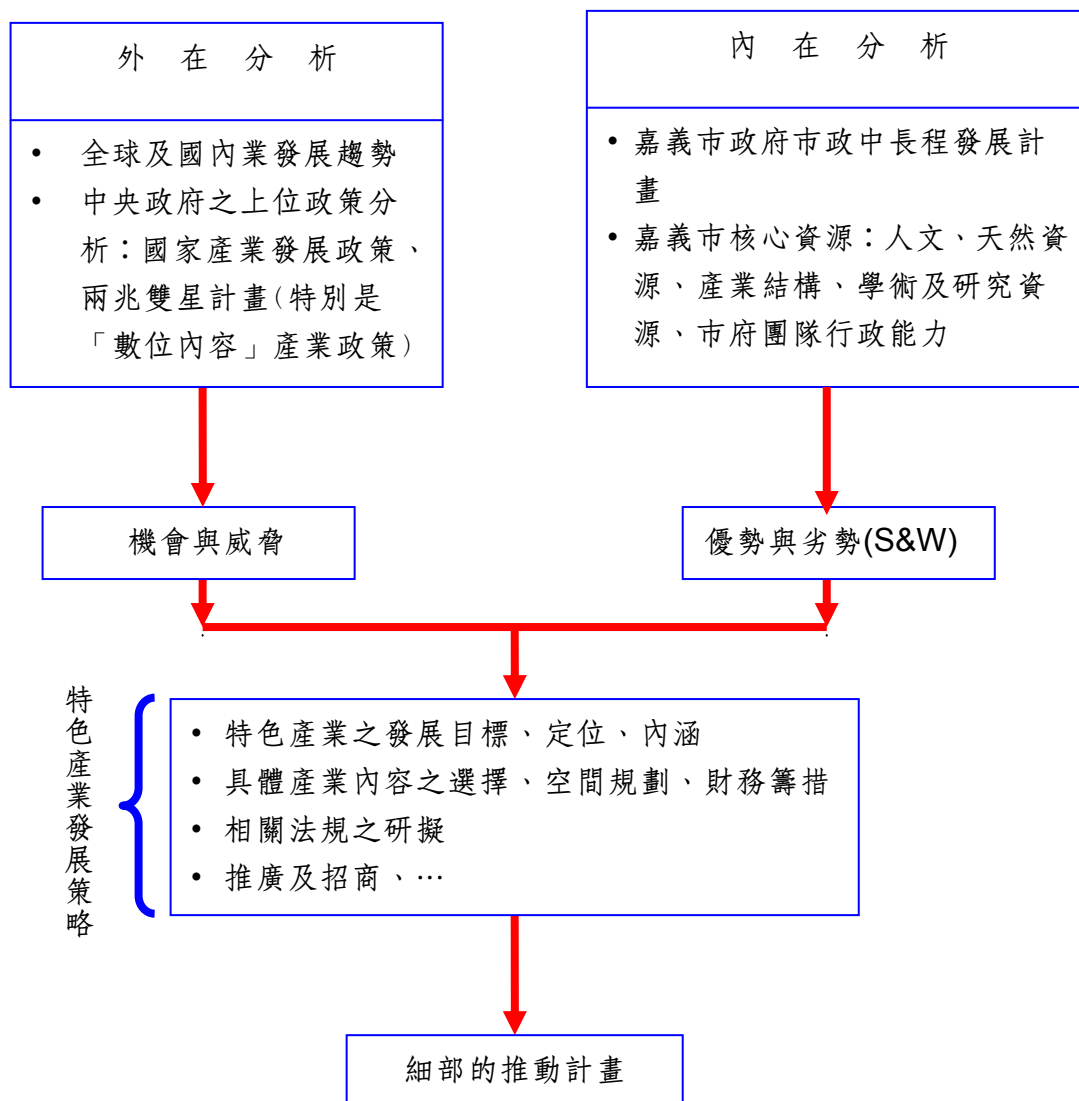


圖 1-2：SWOT 分析架構

(3)特色產業之分析架構--鑽石模型(Diamond Model)

為了確認符合嘉義市的特色產業，本計畫的分析方法擬採取「鑽石模型」。美國哈佛大學教授波特(M. E. Porter)於1990年於「國家競爭優勢」一書中指

出，國家競爭優勢是指一個國家或地區，能否成為某一產業的發展基地。換句話說，特定地區或國家，若能具備某些特殊條件，使得特定產業能夠蓬勃發展。有關國家競爭優勢的分析，包括下列六項構面：要素稟賦、需求條件、企業的策略、結構和競爭對手、相關及週邊支援的產業、政府、機會。「鑽石模型」的內容如圖 1-3 所示：

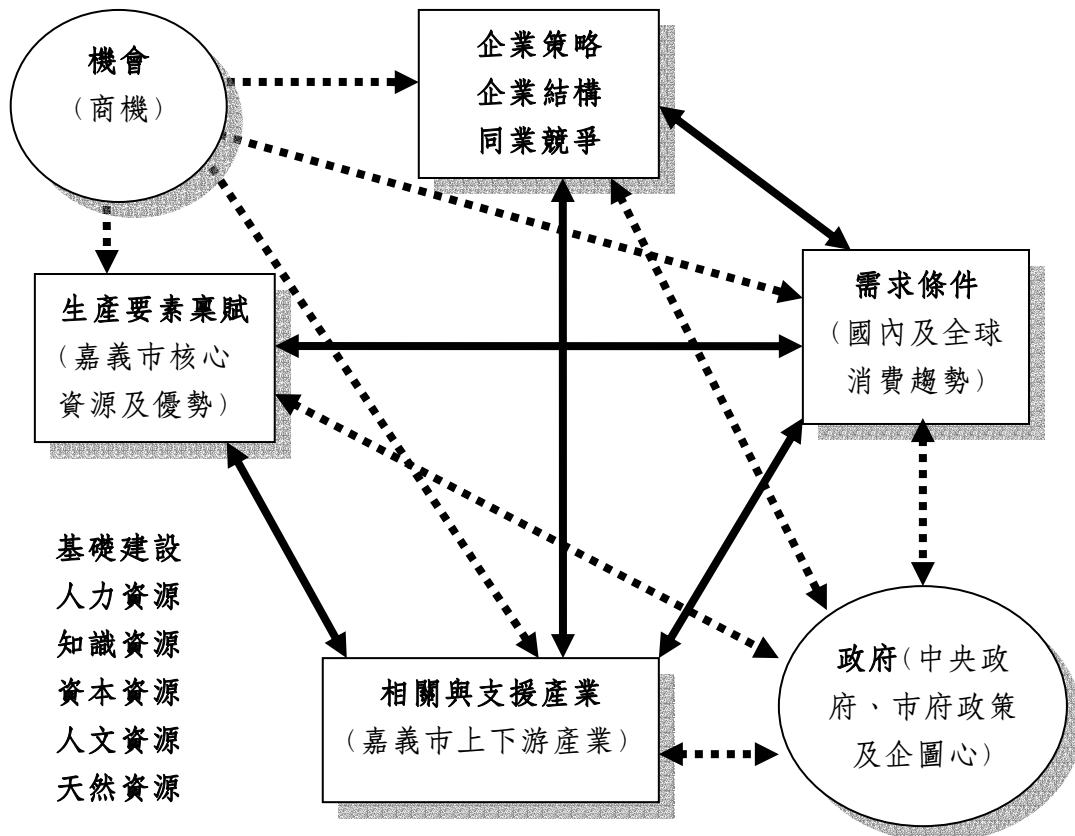


圖 1-3：鑽石模型分析架構

(4)特色產業之篩選方法：分析層級程序法(AHP)

分析層級程序法係 Saaty 於 1971 年為美國國防部擔任規劃問題的工作時所創用，隨後於 1972 年為美國國家科學基金會進行，按產業對國家福利的貢獻度以決定應得電力配額之研究。1973 年更為蘇丹主持該國運輸系統之專案研究。從 1978 年陸續為美國各大公私國際機構從事優先順序分配資源之研究。至 1981 年，Saaty 與其同事更將實務結果整理引證，先後發表研究報告多篇。該程序法應用在規劃、資源分派、預測、及投資組合等各方面，其效果均甚卓著。

分析層級程序將欲研究之複雜系統，分離成簡明的要素層級系統，透過評斷，利用矩陣演算，求得各層級因素的優先度，再予以綜合而成。一般而言，分析層級程序法之運作可劃分成六大步驟，茲描述如下：

步驟一：羅列評估因素

利用群集腦力激盪法(group brainstorming)，將影響評估之因素逐一列出，然後就此所列因素，以其獨立程度及相互關係，劃分層級。

步驟二：建立層級(hierarchy)

層級為系統結構的骨架，層級的多寡端視問題的分析所需而定。

步驟三：成偶比對評估

若某層級有 N 個因素，按成對組合方式共有 $(N*(N-1))/2$ 種 AHP 比率尺度(ratio scale)。比率尺度的劃分從等強(equal strong)、稍強(weak strong)、頗強(strong)、極強(very strong)到絕強(absolute strong)，在加上介於兩者間之強度，共分九個等級，分別配以比重 1 到 9。

步驟四：建立成偶比對矩陣

每個配對比較矩陣代表某一層次各要素對上一層次中特定要素之重要程度或優先程度。

步驟五：求優先向量

步驟六：衡量整個層級之一致性

求最大特性根、一致性指標(C.I.--consistency index)、及一致性比率(C.R.--consistency ratio)，以衡量整個層級之一致性。

本研究之 AHP 問卷設計完全根據 Saaty (1980) 之建議，首先針對修正後之專家意見建立層級，目的是要測度各 SIP 類別變數之相對權重，每個題目是成偶比對，比率尺度劃分從等強、稍強、頗強、極強、到絕強，在加上介於兩者間之強度，共分九個等級，分別配以比重 1 到 9。

有效問卷回收後，先將各比對所得的分數求得算術平均值，而形成了本研究之配對矩陣。其次，求算特徵向量(eigen vector)與最大特徵值(maximum eigen value)。特徵向量之算法，Saaty (1980) 建議可以採取以下四種方法求得近似解：

〔方法一〕又稱為 NRA 法(normalization of row average)，乃是將各列元素加總，而後再予以常態化而得。

〔方法二〕乃是將配對矩陣各行予以加總，再化為倒數，然後把倒數予以常態化，即為特徵向量。

〔方法三〕又稱為 ANC 法(average of normalized columns)，乃是配對矩陣之各行元素予以常態化，再將各列元素加總，接著除以矩陣階數，其結果便為特徵向量。

〔方法四〕又稱為 NGM 法(normalization of the geometric mean of the rows)，乃是將矩陣中各列元素相乘，再求其幾何平均數，然後予以常態化，即得特徵向量。

以上四種方法，即精確程度之順序分別是：方法四、方法三、方法二、及方法一。Saaty (1980) 認為若配對矩陣之一致性夠高時，則四種方法所算得的特徵向量會很相近。本研究將採用〔方法四〕來計算特徵向量，這時所求得的特徵向量即為各類別變數之相對權重。

第五節 預期成果

本計畫在執行中與完成後，預定有以下產出：

一、計畫執行中

在計畫執行中，將舉辦期初、期中及期末簡報各一場，主要是說明本計畫之執行狀況及可能的研究結論等重要的研究課題。

二、計畫完成後

本計畫最終成果將完成「嘉義市特色產業整體規劃研究」成果報告書(含產業政策白皮書)，將印製 300 冊交予嘉義市政府。同時本規劃團隊也將研究規劃成果、配套措施、後續執行作業技術移轉予市府承辦業務單位；研習課程至少為三場次(每場次至少二鐘點)，依課題性質邀請相關單位組織、員工分別予以辦理講座(授)。

簡言之，本計畫的預期效益為除了利用嘉義市既有自然、人文優勢條件、凝聚全民共識，建置妥善投資環境，規劃特色產業，吸引業界進駐投資，創造商機增進就業機會促進繁榮，行銷嘉義市魅力。另一方面將以國家社會整體利益為考量，於新世紀潮流下，以永續發展為產業政策，兼籌並顧經濟面的持續發展、環境面的生態保育、社會面的公平正義，三者協調並進，建設嘉義市於全國「綠色矽島」城市競賽中脫穎而出。

第二章 中央上位計畫分析

第一節 挑戰 2008-國家發展重點計畫

我國加入 WTO 後，為因應二十一世紀的全球化挑戰，於 2002 年 5 月在行政院會議中先定案，由行政院經濟建設委員會推出『挑戰 2008：國家發展重點計畫』，預計在未來六年內，發揮促進經濟成長、創造就業機會、提升生活品質等多重效益，並可強化農、漁民及勞工等弱勢團體福祉與權益。此計畫目的在對「未來」做強力投資，厚植國力的建設，藉由投資人才、研發創新、全球運籌通路與生活環境等四項主軸，選定了十大重點落實推動，加速打造台灣邁向綠色矽島之路，其十大重點投資計畫內容詳述如後。

該計畫目的是希望持續發展台灣既有的製造實力與優勢，並加強創新設計能力，以締造擴展新局的契機。而經濟部擬定的『兩兆雙星產業發展計畫』，則勾勒出我國核心與新興產業政策方向，將加速產業升級發展，並提升國際競爭力。所謂的「兩兆」，指的是未來產值分別超過新台幣一兆元以上的半導體產業及影像顯示產業，其中影像顯示產業的第一階段，將以平面顯示產業為發展重點；而「雙星」則指數位內容產業（包含軟體、電子遊戲、媒體、出版、音樂、動畫、網路服務等領域）及生物技術產業，二項產業屬未來明星產業。

因此，國家發展重點計畫將全力「投資未來」有利於厚植國力的建設，藉由投資人才、研發創新、全球運籌通路與生活環境等四項主軸，選定十大重點落實推動，加速打造台灣邁向綠色矽島之路。

一、四項主軸

(一)投資人才

普及英語教育，建構全民網路教育，建立終身學習的社會，培養國際化、資訊化、具創新能力的 E 世代優質人力。

(二)投資研發創新

開拓文化創意產業，結合製造、人文與設計資源；招募國際研發人才，成立各種創新研發中心，建設創新研發基地；推動產業高值化計畫，使台灣成為高附加價值產品的供應中心。

(三)投資全球運籌通路

建置全民生活的數位內容，強化數位設計能力，發展台灣成為亞洲最 e 化國家；推動自由港區，建設海空聯港，設立無障礙通關環境，擴大全球運籌利基，使台灣成為台商及跨國企業的區域營運總部。

(四)投資生活環境

完善全島運輸骨幹，提供整合的大眾交通服務；逐步恢復台灣的自然生態，創造台灣成為亞洲熱帶國家生態島嶼典範；積極發展國內觀光旅遊，推動一鄉一特色；利用在地資源，營造活潑多彩的新故鄉社區。

二、十大重點投資計畫

(一)E 世代人才培育

—策略：營造國際化生活環境，提升全民英語能力；推動全民網路教育；活力青少年教育；建立 E 世代終身學習的社會環境。

—計畫目標：培育具有創意活力及國際對話能力的新世代，也就是能夠嫻熟應用「資訊與英語」的新世代。

(二)文化創意產業發展

—策略：成立文化創意產業推動組織；培育藝術、設計與創意人才；整備創意產業發展環境；發展創意設計產業及創意媒體產業。

—計畫目標：開拓創意領土，結合人文與經濟發展文化產業。

(三)國際創新研發基地

—策略：吸引國際研發人才，引進全球研發資源；提供 500 億研發貸款，活絡創新研發活動；設立重點產業學院，鼓勵產、學、研合作培育產業人才，蓄積創新研發能量；成立創新研發中心，建構特殊領域研發優勢；推動重點產業科技研究，建立核心產業技術領域。

—計畫目標：鼓勵民間投資研發，在六年內使研發投資達 GDP3%，建設台灣在特殊領域成為亞洲最好的創新研發基地。

(四)產業高值化

— 策略：共同籌募 1,000 億元創投基金，擴大新興產業資金之取得管道；協助開發產業核心技術，包括電子/資訊、光電、通訊、機械、紡織、生技等，以提升產業附加價值；推動重點產業，包括傳統產業高附加價值化、兩兆雙星產業、四大新服務業及綠色產業；獎勵投資國際通路與品牌；促進勞動力升級；開發建設產業園區，作為產業發展基地。

— 計畫目標：提高產業附加價值，建設台灣成為全球高附加價值產品的生產及供應中心。

(五)觀光客倍增

— 策略：整備現有套裝旅遊路線；開發新興套裝旅遊路線及新景點；建置觀光旅遊服務網；宣傳推廣國際觀光；發展會議展覽產業。

— 計畫目標：發展台灣成為優質觀光目的地，並使來台旅客六年內成長到 500 萬人次。

(六)數位台灣

— 策略：發展寬頻到家所需的基礎設施；積極扶持新興且具高潛力的數位產業，包括數位娛樂、數位典藏、數位學習等；推動電子化應用，包括電子化政府、智慧型交通系統、產業/企業電子化、網路化社會等。

— 計畫目標：六年 600 萬戶寬頻到家，建設台灣成為亞洲最 e 化的國家。

(七)營運總部

— 策略：規劃自由港區；以全套的租稅行政措施，協助企業籌設運籌總部；建設北、中、南三大海空聯港，整合海空運，以配合複合性運輸之需求；簡化各項通關貿易文件與作業，使通關無障礙；產業全球運籌電子化，使供應鍊管理順利 e 化。

— 計畫目標：建設台灣成為台商及跨國企業設置區域營運總部的最佳地區。

(八)全島運輸骨幹整建

— 策略：建設高速軌道運輸系統，提供快捷、準時、安全的大眾運輸，包括完成高速鐵路及聯外道路、投資都會區捷運網，促進東部鐵路快速化；協助台鐵轉型再生，改造台鐵成為區域性的都會捷運；健全公路路網建設，包括補助地方公共交通、延伸／擴建高快速路網，形成便利完善的生活圈道路網。

— 計畫目標：投資大眾運輸，整合大眾交通服務，以提升台灣整體競爭力與強化運輸服務功能。

(九)水與綠建設

— 策略：水資源合理規劃利用；地貌改造與復育；發展再生能源；推動污水下水道建設、綠營建計畫。

— 計畫目標：逐步恢復台灣的自然生態，創造亞熱帶國家生態島嶼典範。

(十)新故鄉社區營造

— 策略：活化社區營造組織；社區營造資源整合；推動原住民新部落運動、新客家運動；發展醫療照顧服務社區化。

— 計畫目標：利用在地資源，引入人才及創意，營造活潑多彩的地方社區。

第二節 新十大建設

政府近期推出「五年五千億，新十大建設」計畫，其時空背景乃是因為公共投資嚴重不足、基礎建設亟待完備、成長動能仍須強化與就業機會有待創造。

以 92 年度在社會保險補助、教育補助及債務付息等法律及義務性支出計達 1 兆 0,958 億元，占總預算 70%，致可用於公共投資支出經費有限。而且政府投資率逐年下降，92 年降至 4.1%，較 83 年 7.3% 高峰，減少 3.2 個百分點，除此之外，90 至 92 年政府固定投資實質成長率平均為 -6.19%，對經濟成長率負貢獻平均達 0.31 個百分點，拖累經濟成長。

根據國際競爭力評比機構報告顯示，基礎建設不足係台灣國際競爭力無法大

幅向前的重要因素，恩具 IMD 2003/5 世界競爭力年報，1999 年以來，在人口超過 2,000 萬的 30 個國家或地區中，台灣的基礎建設排名一直落後於整體競爭力排名。在評比子項中，「電信投資」、「廢水處理廠」等均列入劣勢欄，反映國內基礎設施相對不足。WEF 2003/10/30 發布全球競爭力報告，台灣在「成長競爭力」指標排名全球第 5，僅次於芬蘭、美國、瑞典及丹麥，但基礎建設不足卻被列為台灣經商的五大問題之一，顯見台灣的基礎建設確有加強的必要。

92 年國內投資率 16.3%，創歷史新低；超額儲蓄率擴增至 9.8%，創 15 年來新高，反映內部失衡問題嚴重，因此資源運用效率亟需提升。此外，90 及 91 年 CPI 上漲率分別為-0.01%及-0.20%，92 年預估仍將下跌 0.28%，亟須刺激內需成長以排除通貨緊縮壓力。而國內就業成長趨緩，與房地產泡沫化、營建業就業人數大幅縮減攸關。所以推動公共建設，可提振營建業景氣、促進就業。

下列就新十大建設的願景目標、投資策略與計畫挑選原則、項目等，做進一步描述。

一、願景及目標

強化台灣國際競爭力，確保亞洲第一，進軍世界三強。

二、投資策略

- 培育一流人才，強化創新研發。
- 投資知識產業，發展文化創意。
- 健全運籌通路，強化國際競爭。
- 提昇便捷生活，維護生態永續。

三、計畫挑選原則

此次擴大公共投資計畫將衡酌當前國內、外發展情勢，並為避免加重政府財政負擔，挑選二〇〇八國發計畫重點中的重點項目，所選之建設應滿足下列條件：

- (一)攸關國家經濟結構轉型升級之關鍵投資，且具時間急迫性者。
- (二)能具體改善台灣競爭力的劣勢項目，加速提升國家競爭力者。

(三)北、中、南三都會區之重大建設項目，惟限於經費需求大，即使執行進度超前，仍無法在年度預算完全支應，加速完成者。

(四)新興投資建設者，除能具體改善生活品質，促進區域發展外，必須能帶動一連串的產業鏈，使得投資乘數效果顯著者。

簡言之，秉持「迫切性的需要」、「創新性的做法」、「關鍵性的建設」、「指標性的效果」原則，務使每一項建設的整體投資效益達到最高。

四、十大建設項目

(一)頂尖大學及研究中心

—目標：打造一流大學，培育頂尖人才。五年內至少十五個重點系所或跨校研究中心排名亞洲第一名；十年內至少一所大學排名居全世界大學排名前一百名。

—作法：政府以每年一百億元競爭性經費，推動大學改革，促成資源整合，建立跨校研究中心，發展國際一流大學，及亞洲頂尖之學術研究中心，厚實台灣研究發展的基礎。

(二)國際藝術及流行音樂中心

—目標：北中南東地方生活圈均能提供國際藝術文化展演場所，並帶動台灣成為華人流行音樂創作與表演中心。

—作法：

- 1.北：大台北新劇院
- 2.中：古根漢美術館
- 3.南：故宮南院、衛武營藝術中心
- 4.東：南島文化園區
- 5.北、中、南流行音樂中心（舉辦青少年票選後選定）

(三)M台灣計畫

—目標：打造世界第一的雙網應用服務環境，帶動第三個兆元通訊產業發展。

—作法：推動興建六、〇〇〇公里寬頻管道，解決用戶迴路問題；整合行動上網與無線上網，形成全國雙網無縫架構。

(四)台灣博覽會

—目標：展現台灣的活力與創意，帶動科技、觀光、文化建設的整體發展。

—作法：

1. 遴選二處高鐵場站舉辦 2008 年台灣博覽會。
2. 配合博覽會辦理台灣歷史文化風貌保存。
3. 配合博覽會舉辦系列科技、觀光及文化活動，全國動員，展現台灣活力。
4. 積極推動高鐵聯外運輸，加強高鐵新市鎮建設。

(五)台鐵捷運化

—目標：配合高鐵九四年通車，透過增站、增班、高架化、地下化，將台鐵轉型為都會及區域捷運，讓台鐵轉型再生，並帶動沿線都市更新。

—作法：推動台灣重要路段捷運化、立體化及支線延伸。

(六)第三波高速路

—目標：開發宜花東及南投等觀光區域；便利北中南都會日常生活圈；擴大快速路網，串聯一、二高。

—作法：規劃及興建蘇花高速公路、國道六號南投段、台北港聯外、台北縣特二號、國道四號豐原霧峰段與台中生活圈 4 號道整合、國道八號連接西濱。

(七)高雄港洲際貨櫃中心

—目標：興建新一代洲際貨櫃深水港，一萬五千 TEU 貨櫃船亞洲停靠站，提昇擴充高雄港轉運能量。

—作法：擴充高雄港第二貨櫃中心；遷建紅毛港、興建高雄港洲際貨櫃中心。

(八)北中南捷運

—目標：規劃及興建一八二公里捷運，加速北、中、南三都會的快速便捷大眾交通。

—作法：

1.北部：台北捷運新莊線、蘆洲線、內湖線、信義線、松山線、環狀線、中正機場線。

2.中：台中都會捷運烏日文心北屯線。

3.南：高雄紅橘線、高雄臨港環線。

(九)污水下水道

—目標：改善生活環境，淨化水質，恢復美麗的河川與海洋。

—作法：

1.每年污水下水道年度預算以外，再加編五〇億元特別預算，使每年污水下水道建設政府投資合計達一百億元以上。

2.同時推動獎勵民間興建污水下道。

3.預計九十三至九十七年，投資千億，五年公共污水下水道用戶接管普及率由九十二年六月之一〇.七%，加倍提昇為二七.三%，整體污水處理率由二〇.七%提昇至三七.一%。

(十)平地水庫海淡廠

—目標：

1.揚棄高山水庫，興建平地水庫解決缺水問題，創造水資源、觀光、生態多元使用的人工湖新地景。

2.興建海淡廠解決竹科及離島地區供水缺口嚴重問題。

—作法：

- 1.興建四處平地水庫人工湖：桃園大湖、雲林大湖、台南大湖、高屏大湖。
- 2.金門、馬祖、澎湖、竹科海水淡化廠。

五、新十大建設經費：

以五年（九十三至九十七年度）為期，除政府主辦之投資七、一六三．六億元（含中央特別預算四、七一二．五億元、附屬單位預算八五四．八億元、自償性公共投資二八〇．六億元及地方政府投資一、三一五．七億元）外，尚包含依其他法律(如促進民間參與公共建設法、獎勵民間參與交通建設條例或政府採購法...等)所辦理之民間參與公共建設，預估民間投資金額為二〇三〇．三億元，合計九十三至九十七年度政府與民間投資共為九、一九三．九億元。有關中央政府特別預算除投資公共建設四、七一二．五億元外，尚需編列相關債息與行政管理費一八七．五億元，以及因應計畫調整、利率走升所需預備金一〇〇億元，合計五、〇〇〇億元。

六、預期效益：

「新十大建設」規模雖然有限，但是效益深遠，特別是全民生活與環境品質提升等非市場交易效益尤其卓著。包括：提升人力資本價值、改善環境財貨價值、創造文化價值、豐富全民生活、這些非市場交易效益，傳統 GNP 計算無法納入。但即使僅就市場交易部分的總體經濟貢獻而言，也是相當可觀。依據總體經濟計量模型評估，新十大建設市場交易效益有六：

(一)促進經濟成長

— 公共投資對經濟成長的影響，主要在激勵民間投資增加，進而促進民間消費和輸入增加，再經由乘數作用，帶動經濟持續穩定成長。

— 計畫期間，實質 GDP 平均每年提高一．〇三個百分點。

(二)帶動民間需求

— 公共基礎設施投資多具有規模經濟和網路經濟的外部正面效應。公共基礎設施愈發達，愈能提供產業發展更好的外部環境，帶動民間需求擴張。

— 實質民間需求平均每年增加〇．六二個百分點。

(三)擴大就業機會

— 新十大建設投資計畫的推動，可望提高台灣整體經濟的就業密集度，促進新創就業機會。

— 「新十大建設」可促使就業機會平均每年約增加六. 四萬個。

(四)紓緩通貨緊縮壓力

— 國內通貨緊縮壓力隱然若現，物價若持續下跌，對總體經濟的衝擊恐將遠比通貨膨脹嚴重。在物價低迷期間，適時推動積極、前瞻的擴張性財政政策，激勵國內需求，將可減緩通貨緊縮的不利衝擊。

— 消費者物價上漲率平均每年增加〇. 一八個百分點。

(五)誘發技術進步

— 擴大公共投資有助於誘發技術進步，提升生產力，如「頂尖大學及研究中心」、「M台灣計畫」等即是技術進步的來源。

(六)擴大租稅效益

預計由中央政府、基金、地方政府及民間投資辦理，九十三至九十七年間逐年投入一、四八六億元、一、八〇五億元、一、九六五億元、二、一五九億元及一、七八〇億元。

經由稅收彈性產生之租稅貢獻效果，推估五年間可增加之稅收約一、六三一億元至一、八八五億元，對政府財政具正面積極的效益。

新十大建設主要效益分析整理如下表 2-1 所示：

表 2-1：「新十大建設」之效益分析

計畫項目	主辦機關	效益分析摘要
1.頂尖大學及研究中心	教育部	培育高級科技或特色領域優秀碩士以上人才 5000 人(每年增 1000 人) 培育相關產業界實用人才 6000 人(每年增 1200 人)

		大學跨校研究中心及國際合作交流達 500 項 專利發明件數增加 200 件，促進產學合作每年達 1000 件。
2. 國家藝術及流行音樂中心		
(1) 大台北新劇院	文建會	提供 2500 個座位、實驗劇場 800 個座位 每年最多演出 330 場，每年增加 1165 千人次之出席 預計每年節省 582,500-776,667 個小時的旅遊成本。
(2) 台中古根漢美術館	文建會	吸引國內遊客 92 萬人次 國外觀光客約 10 萬人次 增加就業機會 800 個
(3) 高雄衛武營藝術文化中心	文建會	提供 5100 個座位 每年增加 990 演出場次、服務 124 萬人次 每年營運收入 4 億元
(4) 三大流行音樂中心	文建會	北中南各一座，增加演出空間 25000 個座位 全年提供 660 場次，吸引觀眾每年 2052000 人次。 提供就業機會全職 450 個、兼職 1575 個。 每年營運收入 14.3 億元 軟體衍生價值達 71.3 億元
(5) 故宮南院	故宮博物院	提供大肚溪以南 188 萬學生教學資源， 839 萬民眾文化教育終身學習機會 每年吸引 100 萬參觀人次 (國民旅遊 70 萬、國際觀光 30 萬) 創造就業機會：公共服務 200 人、周邊產業 2500 人、餐飲遊憩 100 人、營運管理 300 人。 增加相關產值 26 億元
(6) 南島文化園區	教育部	創造觀光產業 3250 個就業機會

		<p>每年吸引 15 萬人次國際觀光及 100 萬人次國民旅遊，增加相關產值 40.5 億元。</p> <p>培育表演藝術人才 200 人，研究人才 100 人，觀光服務人才 400 人。</p>
3.M 台灣計畫	<p>行政院科技顧問組、 內政部 經濟部</p>	<p>低上網費率全球前 10 名、提供用戶每 100kbps 頻寬上網費率下降 30-80%。</p> <p>推動 6000 公里寬頻管道建設</p> <p>800 萬用戶無線上網</p> <p>行動上網全球前 5 名</p> <p>政府行動服務全球前 10 名</p> <p>整體通訊服務產業產值達 1 兆元</p> <p>帶動營建相關產業產值 390 億元</p> <p>創造每年近萬人就業機會</p>
4.台灣博覽會	<p>經濟部、 交通部、 內政部</p>	<p>預估 550 萬人次參觀，實質收益 50 億元。</p> <p>帶動相關產業經濟乘數效果達 546 億元。</p> <p>培育專業人才 5500 人次</p> <p>提供距車站 20 公里之道路服務，以使 5 萬人口以上之主要及次要鄉鎮能在 30 分鐘內到達高鐵站區。</p> <p>使都會區進出高鐵站區行駛時間縮短 20-30 分鐘</p> <p>高鐵至 110 年進出車站及特定區服務總量 187 萬人次（不含台北、彰化二站）。</p> <p>聯外道路改善興建後道路服務水準可提升至 B、C 級。</p>
5.台鐵捷運化	<p>交通部</p>	<p>本計畫改善路線 92 公里，新建路線 52 公里。</p> <p>縮短都會區通勤列車班距由目前 12-30 分鐘一班，縮短至 8-10 分鐘一班。</p> <p>1 小時生活圈由目前 40 公里延長為 70 公里</p> <p>縮短旅客在站轉乘時間至 5 分鐘以內</p>

		<p>東部鐵路行車時間縮短 30 分</p> <p>以鐵路立體化改善鐵路分割都市問題；消除平交道 52 處，提昇鐵公路及人車安全</p> <p>93-97 年間平均每年增加 3500 就業人次</p> <p>調整台鐵西部幹線運輸角色，由中、長程轉為中、短程；並分擔西部都會區現階段捷運任務，紓解政府捷運建設財務壓力。</p>
8.北中南捷運	交通部	<p>可新建捷運總長度約 199 公里（台北捷運 122.5 公里；台中捷運 16.5 公里；高雄捷運 60 公里）。</p> <p>提供三大機場快捷之聯外捷運系統：</p> <p>(1)未來中正國際機場至台北車站僅需約 35 分鐘，較目前節省約 25 分鐘。</p> <p>(2)未來台北松山機場至台北車站僅需約 15 分鐘，較目前節省約 20 分鐘。</p> <p>(3)未來高雄小港機場至高雄車站僅需約 15 分鐘，較目前節省約 15 分鐘。</p> <p>提升大眾運輸使用效能與比例：</p> <p>(1)提升台北都會區內使用大眾運輸工具人口比例由目前 40%提升為 50%。</p> <p>(2)提升台中都會區內使用大眾運輸工具人口比例由目前 8%提升為 20%。</p> <p>(3)提升高雄都會區內使用大眾運輸工具人口比例由目前 9%提升為 24%。</p> <p>強化大眾運輸功能：</p> <p>(1)臺北都會區捷運系統預計在 101 年整體路網平均每日可服務 253 萬人次。</p> <p>(2)中正國際機場聯外捷運預計在 98 年可服務 10 萬人次，預計到 128 年可服務 22 萬人次。</p> <p>(3)臺中捷運優先路線（綠線）預計在目標年平均每日可服務 17 萬人次。</p> <p>(4)高雄捷運紅橘兩線預計在 99 年可服務 35</p>

		<p>萬人次，加入臨港環線輕軌系統後，預計 109 年共可服務 60 萬人次。</p> <p>93-97 年間每年平均約可增加 1 萬 8500 就業人次</p>
6.第三波高速路	交通部	<p>規劃及興建 190 公里高快速公路</p> <p>台北至花蓮之行車時間縮短為 120 分鐘</p> <p>節省台北港至中山高約 40 分鐘之行車時間</p> <p>台中至南投埔里之行車時間將節省 30 分鐘</p>
7.高雄港洲際貨櫃中心	交通部	<p>可滿足高雄港民國 110 年前貨櫃營運的成長需求</p> <p>可增加 450 萬 TEU 之貨櫃裝卸能量，以及提高 800 萬噸之石化油品裝卸能量。</p>
8.污水下水道	內政部	<p>減少河川汙染量 134 噸/日 BOD，降低台灣總汙染量 8.7%。</p> <p>用戶接管率由 10.7% 提升至 27.3%； 整體污水處理率由 20.7% 提升至 37.1%。</p> <p>污水下水道評比排名上升 6 名(IMD)</p> <p>每日可提供回收水 100 萬噸（估計一年可節省 40 億元）</p> <p>每日可提供污泥肥料 50 萬噸（每年增加 3650 萬元）</p> <p>每年約可節約水肥清潔費用 2.8 億元</p> <p>每年增加就業機會 8600 人</p> <p>可引進民間投資 267.16 億元</p>
9.平地水庫海淡廠	經濟部	<p>可增加每日 72-78 萬噸水量，相當湖山水庫供水量。</p> <p>增加離島地區每日 1.4 萬噸水量</p> <p>補助地下水源每年 2040 萬噸</p> <p>增加砂石料源總量 9200 萬立方公尺</p> <p>提供就業人口約 8100 人</p> <p>提供觀光遊憩每年約 170 萬人次</p>

		提供周邊土地多目標開發 700 公頃
(1)桃園大湖	經濟部	提供每日 20 萬噸之供水量 補助地下水源每年 440 萬噸 提供就業人口 100 人 提供砂石料源 2700 萬立方公尺，初估 20 億元。
(2)雲林大湖	經濟部	增加每日 5 萬噸之供水量 補助地下水源每年 1200 萬噸 新增觀光休閒區，吸引 100 萬人次觀光客。 提供就業人口 5000 人
(3)台南大湖	經濟部	提供每日 7 萬噸之供水量 補助地下水源每年 100 萬噸 吸引 20 萬人次觀光客 提供就業人口 1000 人 減輕南科特定區淹水災害
(4)高屏大湖	經濟部	提供每日 34 萬噸之供水量 補助地下水每年 300 萬噸 吸引 50 萬人次觀光客 提供就業人口 2000 人 提供砂石料源 6500 萬立方公尺，初估 120 億元。
(5)桃竹地區新興水源開發	經濟部	日產 6-12 萬噸海淡水 提供 20 萬噸再生水
(6)離島地區供水改善計畫	經濟部	金門、馬祖每日提供各 2000 噸海淡水，滿足民國 103 年、110 年以後供水需求。 澎湖每日提供 10000 噸海淡水，滿足民國 105 年供水需求。

第三節 照顧服務產業發展政策

由於人口結構高齡化、平均壽命延長，以及疾病型態轉型，失能者人數大幅增加，其照顧需求亦相對增高。同時，在經濟社會環境變遷下，家庭結構核心化、婦女就業人口增加，家庭所能負擔的照顧功能日漸式微，然而現行的長期照護體系又尚未臻健全，實不足以因應日益增加的照護需求。

為加強推動福利產業，行政院於民國九十年五月請經建會同內政部邀集衛生署及勞委會等有關機關、學者專家及民間團體代表，組成「福利產業推動小組」，積極研議相關發展方案。

為能在短期間以有限資源同時達到促進就業、提升民衆生活品質之目標，該方案先行發展具需求急迫性、訓練容易、可企業化且與現行資源不重複之服務項目，並以建構高齡化社會老人、身心障礙者之照顧支持系統為研擬之主要內容。九十年八月獲行政院社會福利推動委員會同意將方案定名為「照顧服務產業發展方案」。

一、照顧服務產業之背景說明

我國目前面臨以下幾種狀況，致使照顧服務需求日益升高：

(一)人口老化快速，平均壽命延長

台灣地區目前已進入高齡化社會，人口老化速度相當快。根據統計，民國九十年十一月底六十五歲以上老年人口占總人口比例為 8.79%，若以扶養比而言，約八個工作人口扶養一位老人；到了民國一二〇年，老年人口比例增加至 19.7%，僅三個工作年齡人口就需照顧一位老人，負擔相當沈重。同時，隨著社會發展與醫療技術的進步，國人平均壽命亦不斷提高，估計將由民國八十九年男性 72.67 歲、女性 78.44 歲，至民國一二〇年提高為男性 75.3 歲、女性 81.7 歲。是以，在可預見的將來，老年人口不僅呈現量的增加，預期壽命亦隨之提高，老年人口將更多且活得更久，照顧服務需求不可避免地亦會提高。

(二)醫療科技的發展使疾病型態轉型，失能人口增加

由於醫療科技大幅進步，過去許多不可醫治的疾病已獲得控制，但仍無法完全恢復原有的功能，導致需要照護的失能及障礙人口日益增加，疾病型態亦由急

性病轉為以慢性病為主，在在提高社會的照護需求。

(三)家庭結構改變，照顧功能降低

過去家庭為長期照護主要單位，在家庭結構核心化、婦女就業率提高、獨居老人增加趨勢下，家庭可提供老人及身心障礙者之照護功能減弱。

(四)現有照顧需求者不易取得合適的照顧服務

雖然照顧需求普遍存在，然而由於目前長期照護體系未臻健全，服務人力與設施普遍不足。居家照護雖已納入全民健保給付項目，但服務對象僅限於技術性護理需求之重度慢性病，對於生活上照護需求屬中度者不易滿足其照護需求；另目前社政單位所提供之特別照顧津貼仍限於中低收入老人。

(五)失業率攀升，外籍監護工人數居高不下

過去我國因勞動力缺乏，國人投入照護工作者有限，以致近年外籍監護工增加甚為快速，目前已超過十萬人，顯示國人對照顧服務的需求。惟近年因產業結構轉變，勞力密集產業釋出相當之人力，九十年失業率已達 4.57%，可適時將該部分人力釋出，轉為從事照顧服務產業。

過去傳統照顧服務一直是透過政府部門以及民間的志願團體組織辦理，但因資源有限，服務對象僅限於弱勢人口，面對經社環境的急遽變遷，政府所能提供的經費或專業人力，已不足以因應照顧服務需求的多元化與專業化，因此，政府有必要結合民間力量共同提供照顧服務，同時透過政府補貼弱勢族群的購買力、修訂法規以及資訊提供等方面，以滿足民衆日益增加的照顧需求，是以建立我國照顧服務產業已成為必然的趨勢。

二、照顧服務產業現況

現行照顧服務系統主要是由政府重大法案或計畫主導，並分由不同主管機關訂定相關法規予以規範及推動。

(一)社會行政體系

行政院於八十七年五月核定「加強老人安養服務方案」三年計畫，該方案除加強推動養護機構、日間照顧、居家服務等資源的發展外，並明訂於每一鄉鎮普

設「居家服務支援中心」以提供居家服務，目前已有一〇六個中心。該方案實施期程至九十年六月底止，內政部已重新檢討修正，並提出九十一年至九十三年之三年計畫，業經行政院核定。

內政部發放「中低收入老人重病住院看護費補助」，使老人因重病住院聘僱專人看護期間，能獲得妥善照顧並減輕其經濟負擔。中低收入老人每人每日補助七五〇元，每年度最高補助九萬元；低收入戶老人每人每日補助一、五〇〇元，每年度最高補助十八萬元。

內政部發放「中低收入老人特別照顧津貼」，對於未接受收容安置、居家服務、未請看護之中低收入老人，其日常生活活動功能量表評估為重度以上，需家人照顧者發給特別照顧津貼，每人每月五、〇〇〇元。

台北市政府自八十七年度率先擴大補助一般身心功能障礙老人免費使用居家服務十六小時（十六小時以上需專案申請，最多補助三十二小時），中低收入老人補助免費使用十六小時，超過十六至九十六小時內補助 80%。

（二）衛生行政體系

八十四年全民健康保險開辦，將居家護理納入全民健保給付範圍，給付技術性護理服務；八十五年擴大給付護理之家之專業性醫療護理服務。

八十七年核定「老人長期照護三年計畫」，主要目標在於依據「居家及社區設施 70%、機構式照護設施 30%」的原則下，發展以消費者為導向，居家社區為主、機構照護為輔的實施策略；並試辦長期照護資源管理中心，期以統籌社區照護資源，該方案實施期程至九十年六月三十日完成。

行政院九十年核定「新世紀健康照護計畫」，延續「老人長期照護三年計畫」，期程至九十四年底，規劃研析長期照護制度、研修相關法規、建立整合性服務網絡、推動多層級照護設施、加強人力培訓宣導等。

（三）勞工行政體系

外勞政策：目前將針對外籍監護工申請資格條件及落實國內照顧服務產業政策等相關事宜，提出評估報告及具體措施，報行政院核定。並於九十年七月廿七日公告調整外籍監護工之申請資格，訂定適當的聘僱外勞評量標準，診斷書僅限

於衛生署認定之區域以上或公辦公營之公立醫院醫師開立者方可使用。

職業訓練：建立「居家照顧服務網」人才資料庫，在「永續就業工程計畫」中辦理人員訓練，增加訓練管道。

就業服務：研擬「促進從事家庭監護工就業獎助津貼辦法」，發給勞工就業津貼，發布實施「就業促進津貼實施要點」，透過「尋職津貼」、「僱用獎助津貼」及「就業推介媒合津貼」等促進失業者再就業機會。

（四）退輔會體系

退輔會對榮民的安養主要為機構式照護，目前榮民之家設施已不符現代化標準，該會刻正依行政院核定之「養護機構榮民安養護設施改善中程計畫」及「公費安養機構安養功能調整計畫」，整建老舊房舍，調整居住空間。

配合老人長期照護三年計畫，檢討釋出榮民醫院護理之家部分床位，提供一般民衆使用。

訂定「榮民就業輔導中程計畫」與「因應就業環境變遷，促進榮民充分就業具體作法」，透過職業訓練、座談會及媒合活動等輔導榮民充分就業。

（五）農業行政體系

八十五年度起推動提升農家婦女工作能力相關措施。為因應失業率攀升，九十年年度特別加強輔導與支助農家婦女成立副業經營班，並鼓勵農村居民接受居家服務員，或參與經營居家照護產業，以改善農家所得。

八十九年度開始於九個示範農會辦理農村高齡者諮詢服務中心，結合志工力量以及動員農村社區資源，強化對農村高齡者服務。自九十年度起，為照護失能老農並創造農村就業機會，輔導農民團體運用農會、農村資源開辦安養、日間照護、居家照護等照護產業。

（六）原住民行政體系

八十七年度起，依據「原住民老人暨兒童六年照顧實施計畫」，推動居家照顧及送餐服務；採「社區照顧」和「在地老化」等觀念，補助民間團體辦理，並組織原住民婦女，接受居家服務訓練；服務對象以六十五歲以上中低收入老人為

主，服務內容包括送餐服務、洗補衣服、關心問安、環境整理、簡易護理及復健、陪同就醫、文書服務等項目。

另「行政院社會福利推動委員會」通過「建構長期照護體系先導計畫」，預定於三年內完成我國長期照護體系建構的先期規劃工作，主要做法包括：成立跨部會長期照護專案小組、研究主要國家長期照護發展經驗、進行社區實驗計畫、實驗多元化服務設施及發展設施、研議長期照護財源機制等。目前並選定台北縣三峽、鶯歌及嘉義市為實驗地區。

三、具體措施

(一) 建立照顧服務管理機制，加強服務輸送系統。

1. 成立「推動照顧服務輔導團」(以下簡稱輔導團)，以協助各縣市發展照顧服務產業。

為協助各縣市發展照顧服務產業，成立輔導團，以協助解決產業發展過程中所可能遭遇問題：

(1) 組織功能

A. 推動各縣市成立「照顧服務推動小組」，整合社政及衛政資源，提供諮詢功能，掌握各地區照顧服務需求量與需求類型，視需求輔導各地建立照顧管理機制。

B. 辦理推動照顧服務產業巡迴列車，直接與照顧服務經營者面對面溝通，宣導相關政策與措施，協助解決其所面臨的問題。

C. 提供照顧服務經營者從事照顧服務產業之法律及相關事務諮詢服務。

(2) 組織型態

A. 輔導團成員包括社政、衛政、農政、原住民行政、法律、建築及產業相關領域之專家學者，以及內政部、衛生署及經建會等政府官員代表。

B. 為一臨時性組織編制，組織期限暫訂為一年，一年後再予檢討調整。

C. 由主管機關(內政部)委託專家學者主持。

2.健全照顧管理制度：

(1)各地方政府成立照顧管理中心：

A.各地方政府視需要至少成立一個照顧管理中心，中央由內政部主管。

B.照顧管理中心可由現有長期照護示範管理中心兼辦或由民間機關團體承辦，但以不得同時作為服務提供者為原則。

C.內設專業人員，對失能者的照顧服務需求提供專業評估與建議，並轉介個案接受適當服務。接受政府補助者均需事先經過個案管理評估，以確保其能接受適當的服務。

(2)建立各地照顧服務資源通報系統：

A.主動稽查所轄地區照護服務資源，建立服務需求及供給雙向通報系統。

B.建立資訊諮詢服務站、架構網路及諮詢電話，供民衆上網或來電諮詢，或索取相關簡介資料。

(二)引進民間參與機制，充實多元化照顧服務支持體系。

1.透過適度補助誘發居家照護服務需求：

(1)研訂相關補助規定，適度補助非中低收入戶失能老人或身心障礙者使用居家照顧服務，補助標準由主管機關訂定。

(2)研議修訂僱用獎助津貼範圍，比照僱用中高齡就業措施，對於進用本國監護工之家庭予以補助。

2.開發輔具生產及資源流通產業：

(1)鼓勵國人自行研發與生產輔具，或與國外廠商合作生產適合國人使用的輔具。

(2)鼓勵設置輔具資源流通中心，推動輔具捐贈、二手交易與租賃，增加輔具利用率，以減輕使用者之負擔。

(3)推廣住宅無障礙空間觀念與技術的開發。

- 3.開放各地方現有閒置之公有院舍、各地區福利服務中心、農漁會、社區活動中心等，提供經營照顧服務相關產業之場地。
- 4.輔導現有衛生所、農會、安養護機構、長期照護機構、護理之家多元化經營。
- 5.研議社區式照顧住宅之管理規範，滿足失能者居家安養需求。

(三) 全面提升照顧服務品質，保障服務使用者權益。

- 1.對現行各類照顧服務機構進行評鑑，並訂定機構服務內容及設施分級標準。
- 2.制定機構照護定型化契約範本，保障接受照顧者及機構經營者之權益。
- 3.提升居家服務提供者的專業形象，降低居家服務員流動率，提升專業人員的有效運用。
- 4.加強居家服務督導及管理制度，訂定標準化的服務內容，提高民衆使用權益之保障。
- 5.從事照顧服務之業者辦理商業登記前，應由目的事業主管機關予以審核，核可後方可向經濟部辦理登記。
- 6.健全社區式照顧服務之週邊設施（如交通接送等），提高服務使用效率。

(四) 健全照顧服務人力培訓與建立認證制度，促進照顧服務專業化。

- 1.加強辦理照顧服務人力培訓與整合，由主管機關統一訂定訓練內容及標準。
- 2.研議建立照顧服務員技術士技能檢定制度。
- 3.將醫院、護佐中心及家庭看護工等納入管理，未來需經一定訓練並取得證照後方能從事看護工作。
- 4.建立照顧服務人力資料庫，由各地方政府定期向照顧管理中心彙報，以暢通人力流通管道。
- 5.因應加入WTO所可能造成的農村失業問題，鼓勵離農人口投入照護服務產業，有效運用農村地區人力。
- 6.因應原住民地區失業問題與多元文化，開發原住民人力，投入照顧服務產業。

- 7.開發身心障礙、中高齡及婦女人力，投入照護服務產業。
- 8.結合社區院校，開設照顧服務相關課程，增加各類專業照顧服務人力及經營者進修管道。

(五)配合本國照顧服務產業發展，適度調整外籍監護工之引進政策。

- 1.基於外籍監護工為本國照顧服務之補充性人力原則下，主管機關應視本國照顧服務發展程度，定期檢討與調整外籍監護工之引進政策。
- 2.檢討調整就業安定費，平衡本勞與外勞的價格差距問題，進而誘導對本籍監護工之使用。
- 3.加強查核外籍監護工違法使用情形。

(六)相關法規鬆綁及措施調整，排除民間參與障礙。

- 1.為配合建立照顧服務產業，應針對下列各點通盤檢討與修正老人福利法、身心障礙者保護法及護理人員法等相關法規：
 - (1)建立綜合性及連續性的照護體系。
 - (2)現行各法規服務內涵重疊、補助標準不一。
 - (3)居家服務員及護佐中心、醫院、家庭看護工應納入管理規範。
 - (4)開放照顧服務產業辦理商業登記。
- 2.研議將「照顧住宅」納入相關法規中加以規範。
- 3.積極協助有意參與照顧服務產業經營者解決或排除用地合法化障礙。

(七)推動溝通及宣導工作，建立照顧服務資源網絡。

- 1.辦理業務溝通與檢討座談會，加強地方政府業務承辦人員對相關政策與資源之有效掌握。
- 2.印製照顧服務資源手冊與簡訊，方便民衆取得相關資訊。
- 3.利用行政院新聞局相關廣電頻道及各公益頻道，廣為宣導照顧服務付費觀念與相關資訊。

第四節 服務業發展綱領及行動方案

為因應我國產業結構的改變以及知識經濟的發展，行政院經建會於九十三年擬定「服務業發展綱領及行動方案」，並舉辦「全國服務業發展會議」，以促進各界對服務業發展的重視，凝聚推動各項服務業策略的共識。該計畫之最高目標在追求最高成長與較低的失業率，同時追求產業升級，最後目的是提升生活品質。隨著我國經濟階段性發展與產業結構的調整，服務業在我國經濟發展中所扮演的角色愈來愈重要，這些高成長、低失業、產業升級及生活品質的提升都與服務業發展有密切關聯，已成為我國下一階段經濟發展的主軸。

我國發展服務業之主要方向為產業高度關聯之生產性服務業（professional service）及與生活有關的服務業。前者包括金融服務、運輸服務、研發及管理諮詢顧問服務等，因其具有高度向前關聯（Forward Linkage），提供該等高品質且快速之服務，可以降低相關行業，尤其是中小企業之成本，進而提升競爭力。至於與生活品質有關的服務業，塑造高品質服務之環境，已成為吸引或留住高科技人才的必要條件，有利於發展經濟，並且達成提升生活品質之最後目的。

經濟部目前所積極推動之策略性服務業，其篩選標準係鎖定在符合「具有國際潛在競爭優勢」及「產業參與配合程度高」等兩個前題要件，並符合「高創新效益、高附加價值、高成長潛力」及「產值大、創造就業機會大、產業關聯大」等「三高三大」之服務類行業或服務業型態。事實上，先進國家致力發展之利用知識而產生高附加值服務之知識密集服務業即為我國所稱之策略性服務業。

為因應產業結構轉型及提升國家競爭力，發展服務業為必然之趨勢。經建會選定金融服務業、流通運輸服務業、通訊媒體服務業、醫療保健及照顧服務業、人才培訓、人力派遣及物業管理服務業、觀光及運動休閒服務業、文化創意服務業、設計服務業、資訊服務業、研發服務業、環保服務業、工程顧問服務業等十二項服務業作為現階段之發展重點。又依據產值及就業效果大之原則，其中金融、流通運輸、通訊媒體、醫療保健及照顧、人才培訓及人力派遣、觀光及運動休閒六項服務業為基礎性之關鍵主力服務業，其順利發展，可滿足相關業者對於資金流、物流、資訊流及人才流之需求，並支援帶動設計、資訊、研發及工程顧問等對工業及製造業發展有增值效果之服務業的發展，亦即可大幅提升工業及製

造業之附加價值，另一方面，又可更進一步帶動文化創意、環保及物業管理等與每個人生活息息相關服務業的發展，其健全發展，當可達到提升生活品質之目標。

一、各項服務業之產業範圍

為協助各項服務業發展，經建會乃會同各服務業之主管部會進一步研討並收集相關資訊，確定各服務業之產業範疇，如表 2-2 所示。

表 2-2：各項服務業之產業範圍

服務業	產業範圍
1.金融服務業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 金融服務業指凡從事銀行及其他金融機構之經營，證券及期貨買賣業務、保險業務、代辦保險經紀及服務之行業屬之。 ■ 產業範圍包括銀行業、信用合作社業、農（漁）業信用部、信託投資業、郵政儲金匯兌業、其他金融及輔助業、證券業、期貨業以及人身保險業、財產保險業、社會保險業、再保險業等。
2.流通運輸服務業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 連結商品與服務自生產者移轉至最終使用者的商流與物流活動的相關產業。 ■ 產業範圍包括批發業、零售業、物流業（除客運外之運輸倉儲業）。
3.通訊媒體服務業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 利用各種網路，傳送或接收文字、影像、聲音、數據及其他訊號，所提供之服務平台。 ■ 產業範圍包括市內網路、長途網路、國際網路、行動電話、網際網路接取、有線電視等業務。
4.醫療保健及照顧服務業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 預防健康服務：成人健診、預防保健服務、健康食品、健身休閒。 ■ 國際化特色醫療：中醫、中藥及民俗療法行銷國際化。 ■ 醫療國際行銷：結合外交與媒體共同行銷國內強項及罕見疾病醫療技術。 ■ 醫療資訊科技：電子化病歷、預防保健知識通訊化、遠距居家照護服務、建立全國整合性醫療健康資訊網。 ■ 健康產業知識庫：建立健康知識資料庫規範。 ■ 本土化輔具：獎勵本土輔具研發，建立各類輔具標準認證系統，輔具供需資訊與物流或租賃中心。

	<ul style="list-style-type: none"> ■ 無障礙空間：結合建築、科技、醫療及運輸等，規劃公共空間及居家無障礙環境。 ■ 照顧服務：醫院病患照顧、居家照顧、社區臨托中心、失智中心。 ■ 老人住宅：老人住宅並帶動其他相關產業，包括交通、觀光、信託、娛樂、保險。 ■ 臨終醫療服務：安寧照顧企業化。
5. 人才培訓、人力派遣及物業管理服務業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 人才培訓服務業：高等教育、回流教育及職業訓練，訓練機構可能包括提供高等教育、回流教育的在職專班、推廣教育學分班、終身教育的社區大學等，及提供職訓教育之純粹公共職訓機構（公、民營）、企業附設（登記有案）、政府機構、各級學校之附設職訓、部分短期補習班及學校推廣班（部）推廣教育的學分班等。 ■ 人力派遣服務業：人力派遣是一種工作型態，並不侷限於從事人力供應業之事業單位才經營此項業務，其他如保全業、清潔業、企管顧問業、會計業、律師業、電腦軟體業等，雖然在行業分類中，不屬於人力供應業，亦從事部分人力派遣業務。 ■ 物業管理服務業：針對公寓、大廈、社區等建築物硬體；及服務其社群與生活環境之軟體，提供維護、清理及管理。
6. 觀光及運動休閒服務業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 觀光服務業：提供觀光旅客旅遊、食宿服務與便利及提供舉辦各類型國際會議、展覽相關之旅遊服務。 ■ 運動休閒服務業：運動用品批發零售業、體育表演業、運動比賽業、競技及休閒體育場館業、運動訓練業、登山嚮導業、高爾夫球場業、運動傳播媒體業、運動管理顧問業等。
7. 文化創意服務業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業；藉由輔導藝術經紀人制度及藝授權仲介公司等，建立市場流通機制，以開拓創意領域。 ■ 產業範圍包括：視覺藝術產業、音樂與表演藝術產業、文化展演設施產業、工藝產業、電影產業、廣播電視產業、出版產業、廣告產業、設計產業、設計品牌時尚產業、建築設計產業、創意生活產業、數位休閒娛樂產業。
8. 設計服務業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 產品設計：工業產品設計、機構設計、模具設計、IC設計、電腦輔助設計、包裝設計、流行時尚設計、工藝產品設計 ■ 服務設計：CIS 企業識別系統設計、品牌視覺設計、平面視覺設計、

	廣告設計、網頁多媒體設計、產品企劃、遊戲軟體設計、動畫設計
9. 資訊服務業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 提供產業專業知識及資訊技術，使企業能夠創造、管理、存取作業流程中所牽涉之營運資訊，並予以最佳化之服務是為資訊服務 ■ 產業範圍包括： <ol style="list-style-type: none"> 1. 電腦系統設計服務業：凡從事電腦軟體服務、電腦系統整合服務及其他電腦系統設計服務之行業均屬之。 2. 資料處理及資訊供應服務業：凡從事資料處理及資訊供應等服務之行業均屬之（含網際網路服務提供者(ISP)）。
10. 研發服務業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 研發服務業係指於企業進行研究發展過程中，提供有關自然、社會及人文科學等專門性知識或技能之應用等服務之產業。 ■ 產業範圍包括： <ol style="list-style-type: none"> 1. 提供研發策略之規劃服務：市場分析研究、技術預測、技術發展規劃、智慧財產檢索、智慧財產趨勢分析、智慧財產佈局與策略規劃、風險評估等。 2. 提供專門技術之服務：研究開發、創新創業育成、實驗模擬檢測等。 3. 提供研發成果運用之規劃服務：研發成果投資評估、研發成果組合與行銷、研發成果鑑價、研發成果移轉與授權、研發成果保護與侵權鑑定、研發成果獲利模式規劃等。
11. 環保服務業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 環境保護服務業包括空氣污染防治類、水污染防治類、廢棄物防治類、土壤及地下水污染整治類、噪音及振動防制類、環境檢測、監視及評估類、環保研究及發展類、環境教育、訓練及資訊類及病媒防治類等九大類。
12. 工程顧問服務業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 凡從事土木建築及各類工程場地、廠房之測量、鑽探、勘測、規劃、設計、監造、驗收及有關問題之諮詢與顧問等技術服務為專業者之行業均屬之。 ■ 營建產業之專業服務包括：建築服務、土木工程服務、綜合工程服務及都市規劃及景觀建築服務等四類服務，我國將此四類服務業統分為三種類型，即建築師、專業技師與其他。

二、各項服務業之未來發展願景及發展目標

為研擬各項服務業之發展綱領及行動方案，經建會會同各服務業之主

管部會依據各項之發展現況及未來發展潛力，參考國外發展經驗，訂定其未來發展願景及發展目標，作為未來努力之方向。各項服務業之未來發展願景及發展目標列如表 2-3 所示。

表 2-3：各項服務業之未來發展願景及發展目標

服務業	發展願景及發展目標
1.金融服務業	<p>■發展願景：</p> <p>建構具國際競爭力且充分支援產業發展之金融環境及管理機制，全面提升我國金融服務業競爭力。</p> <p>■發展目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.改善金融機構體質，強化國際競爭力。 2.健全金融總體環境，促進經濟穩定成長。
2.流通運輸服務業	<p>■發展願景：</p> <p>以「貨暢其流」為願景，持續朝向自由化、國際化；制度化、效率化；網路化、整合化方向推動。</p> <p>■發展目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.活絡市場機能，促進產業發展 2.加強運輸基礎建設，健全營運環境 3.整合通關簽審作業，提升貨物通關效率 4.推動資訊化及標準化作業，強化產業競爭力 5.配合產業發展，提供輔導及獎勵措施
3.通訊媒體服務業	<p>■發展願景：</p> <p>建構公平競爭的環境及良好的通信網路，整合通訊及傳播管理機制，促進新興服務發展，使通訊媒體服務業成為高附加價值的服務業，提升國家整體競爭力。</p> <p>■發展目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.促進市場競爭，以合理價格提供高品質服務 2.整合管理機制，促成新興服務發展

	<p>3. 加速寬頻網路建設，帶動相關產業發展</p>
<p>4. 醫療保健及照顧服務業</p>	<p>■發展願景：</p> <p>建構理想的醫療健康照顧體系並發展相關服務產業，提供國人更加舒適、便利、安全，以及更有尊嚴的生活品質。</p> <p>■發展目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 醫院經營彈性化 2. 強化醫療機構之電子資訊業務 3. 建構多元化照顧服務體系 4. 發展醫療健康照顧服務之服務業市場
<p>5. 人才培訓、人力派遣及物業管理服務業</p>	<p>■發展願景：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 人才培訓服務業 <p>使我國人才培訓服務業成為具經濟價值之知識密集型產業</p> 2. 人力派遣服務業 <ol style="list-style-type: none"> (1) 勞動型態逐漸轉換為多樣化的型態，增加用人單位之人力資源彈性。 (2) 在法規制度建立完成後，人力派遣業蓬勃成長，並促進就業量之大幅增加 3. 物業管理服務業 <p>整合業界軟硬體標準化系統，提升物業管理服務品質。</p> <p>■發展目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 人才培訓服務業 <ol style="list-style-type: none"> (1) 建設網路科學園區雛型 <ul style="list-style-type: none"> ◆ 5 年內進駐 100 家相關企業。 ◆ 5 年後創造 150 億元產值。 (2) 建構產業學習網

	<ul style="list-style-type: none">◆ 5 年內建置 60 個產業或企業示範學習網。◆ 5 年內建置全國產業學習網路。 <p>(3) 建立數位學習產業之國際競爭力</p> <ul style="list-style-type: none">◆ 亞太地區數位學習委外市場排名前三名◆ 3 家具國際競爭力的廠商。 <p>(4) 配合「挑戰 2008：國家發展重點計畫」，招收外國留學生總數由 91 學年度 7,331 人，至 2008 年目標超過一萬人。</p> <p>(5) 在職業訓練及回流教育方面，預期未來五年達成目標如次：</p> <ul style="list-style-type: none">◆ 國內企業辦理員工職業訓練比例達 30%。◆ 國內勞工參加職業訓練比例達 30%。◆ 每年結合民間資源提供多元的職業訓練，就業率達 70% 以上。◆ 每年擴大辦理失業者及弱勢族群參加職業訓練，就業率達 45% 以上。◆ 每年增加辦理技能檢定職類數 2 項，並加強宣導及鼓勵國人參加檢定，預計每年參檢人次增加 2 萬人。◆ 參加回流教育人數自目前就業人口的 10% 提昇至 20%。 <p>2. 人力派遣服務業</p> <p>人力供應業達 1 至 2 千家之容量，受僱於人力供應業的員工，包括從事人力派遣工作者之人數達 30 萬人。</p> <p>3. 物業管理服務業</p> <p>(1) 至 2008 年增加就業人數約 35 萬人。</p> <p>(2) 至 2008 年可培育物業管理及相關行業管理及經營規劃人才約 6 萬人。</p> <p>(3) 至 2008 年產值提高約 500 億元。</p>
--	--

<p>6. 觀光及運動休閒服務業</p>	<p>■ 發展願景</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 觀光服務業：打造台灣為國際會議展覽重鎮，並塑造成多元且優質觀光之島，建立兼顧永續發展及生態保護之觀光產業。 2. 運動休閒服務業：打造台灣為全民運動王國，建構優質運動休閒環境。 <p>■ 發展目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 觀光服務業 <p>藉由推動會議展覽業之商業化與國際化，期望自 94 至 96 年來台參加國際會議展覽人次每年平均成長率能達到 10%，順利促成「挑戰 2008-國家發展重點計畫」所揭櫫 96 年來台觀光客倍增為目標，參考 WTTC 之推估，在「觀光客倍增計畫」及各項積極措施之落實下，期待我國觀光服務業從業人員數，可自 91 年之 9.2 萬人成長至 2010 年之 11.9 萬人。</p> 2. 運動休閒服務業 <ol style="list-style-type: none"> (1) 運動人口自目前每年增加 50 萬人口，於 96 年倍增為目標。 (2) 積極改善運動休閒服務業投資環境，鼓勵業界規劃軟體性國際及國內各項活動，提供便捷完服務產品，期能每年增加 50 萬運動人口，逐步達到人人喜愛運動水準，並形成龐大關聯服務產業網絡。
<p>7. 文化創意服務業</p>	<p>■ 發展願景：</p> <p>在華文世界建立台灣文化創意產業的領先地位。</p> <p>■ 發展目標（至 2008 年）：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 文化創意產業附加價值提升為 1.5 倍。 2. 文化創意產業直接就業機會提升為 1.5 倍。 3. 文化創意消費占家庭總支出比重由 12.9% 提升為 15%。 4. 文化創意產業大專以上人力就業比例由 30% 提升為 50%。 5. 文化創意產（作）品參加國際競賽得獎提升為 2 倍。

	6. 文化創意產業有關之智慧財產權申請數量每年成長 10%。
8. 設計服務業	<p>■ 發展願景：</p> <p>使台灣成為亞太地區的創意設計重鎮</p> <p>■ 發展目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 設計服務業產值 190 億元(2006 年)、250 億元(2011 年) 2. 設計服務業從業人員 15,200 人(2006 年)、20,000 人(2011 年) 3. 產業投入設計經費占研發經費比例 5.2%(2006 年)、6.0%(2011 年) 4. 各類專利申請件數 46,000 件(2006 年)、62,000 件(2011 年)
9. 資訊服務業	<p>■ 發展願景：</p> <p>以有效分工整合體系發展資訊服務業，提升製造業的附加價值及策略性服務業的競爭力，促使我國成為全球特定領域資訊服務的主要供應者。</p> <p>■ 發展目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 於 2008 年資訊服務業之產值可達新台幣 3,000 億元。 2. 於 2008 年資訊服務業之外銷值達新台幣 600 億元。
10. 研發服務業	<p>■ 發展願景：</p> <p>成為亞太地區的研發重鎮</p> <p>■ 發展目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 至 2008 年我國研發服務業產值成長二倍，達新台幣 1,500 億元。 2. 至 2006 年底應至少推動 30 個跨國企業在台設立研發中心。
11. 環保服務業	<p>■ 發展願景：</p> <p>建立國際化永續化發展之環保服務業</p> <p>■ 發展目標：</p> <p>國際化：</p>

	<ol style="list-style-type: none"> 1. 成為在東南亞地區(含中國大陸)的環保系統、設備及材料之領先供應國，並建立銷售品牌。 2. 建構台灣成為先進國家在亞洲地區環保產品之協力製造、推廣及營運中樞。 3. 整合具可執行國際環保統包及 BOT 案業務之環保技術團隊，成為亞洲地區主要環保技術服務支援國，創造外匯利益。積極參與國際環保活動，建立環保外交之國家形象。 <p>永續化：</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. 配合國家政策，推動國家各項環境保護建設。 5. 提昇國民生活環境品質，維護國家自然資源。 6. 解決產業活動所關連之環保問題，促進服務業發展，確保服務業之永續經營。 7. 健全環保服務業體質，強化競爭能力，創造經濟產值。 8. 企業使用回收水的比率由 2003 年的 49% 提高至 2007 年的 55%。 9. 通過 ISO14000 系列環境管理認證的廠商比率至 2007 年提高為 5%。
12. 工程顧問服務業	<p>■ 發展願景：</p> <p>建構具全球化競爭力之工程顧問服務業</p> <p>■ 發展目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 廣續發展先進的施工技術以及管理能力，並提升工程技術。 2. 持續加強工程顧問服務業的工程「專業性」，配合建築師法、技師法、工程技術顧問公司管理條例及營造業法的修訂，逐步改善國內工程顧問服務業之環境與廠商之經營管理。

第三章 臨近縣市重大發展計畫與衝擊分析

本計畫將摘錄彰化縣、雲林縣、嘉義縣、台南縣、台南市五大都會區做為臨近縣市分析，藉此了解臨近縣市之發展動向及未來的區域發展與競爭態勢，一方面做為本計畫之標竿學習，再者也可與臨近縣市之未來發展進行資源整合。

由於各縣市政府所研擬之綜合發展計畫書未必被推動落實，因此本部分的資料係蒐集自各縣市政府之最新的施政計畫，執行進度分成「執行中」與「規劃中」，前者正推動落實中，後者則正在研議規劃中，是否會推動落實則未可知。由所蒐集的資料發現，中南部縣市重大建設主要聚焦於生物技術發展以及開發觀光休閒產業，因此，本章主要由「產業型態」、「人口成長」及「城鄉發展」三個層面探討臨近縣市重大發展建設對於區域與嘉義市的衝擊。

第一節 彰化縣重點建設發展計畫

一、執行中之重點建設發展計畫

(一)國家花卉園區

花卉是我國加入世界貿易組織後政府積極輔導的重點產業之一，目前全國花卉產業栽培面積共計一〇、九七三公頃，其中彰化縣五、〇九六公頃，佔全國栽培面積百分之四十六，主要為菊花一、三五七公頃、苗圃類二、七六一公頃及盆花一八二公頃為主，餘為洋桔梗、唐菖蒲、康乃馨等。彰化縣為花的故鄉，擁有栽植花卉的歷史淵源與自然條件優勢，且具有區位、生產、產業網路整合及人力資源與研發等四大優勢競爭條件，因此，未來應進一步整合花卉生產、研發及相關事業單位，加以政府投入公共投資，塑造彰化縣成為台灣花卉產業的發展重心，擴大花卉之聚集經濟效果，提出設置整合性的國家級花卉園區規劃構想，以提昇花卉產業的國際競爭力。相信未來園區設置完成後將會帶來更多觀光人士陸續前來參觀，開創彰化縣花卉觀光產業之美好遠景。

彰化縣花卉種植面積一枝獨秀，近五千多公頃，約佔全國百分之四十六以上，已形成生產區位的比較利益；同時花卉批發市場共同運銷也佔全國交易量百分之四十三，在花卉行銷與通路基礎上頗為健全。

此外，彰化縣亦為台灣最早種植花卉的地區，以傳統花卉為基礎，在市場需求導向下，已逐漸轉型生產新興花卉、苗圃類及景觀樹木並重的多樣化型態。我國加入世界貿易組織後，為提昇產業競爭力，開拓對外貿易機會，促使花農策略聯盟，擴大經營規模，共享研發成果及資訊應用，留住農業企業在台投資，有必要成立國家級花卉園區，以促進花卉產業升級。未來將運用高鐵彰化車站人流、物流、資訊流高度集中、高速聚散與運轉的優勢，設置結合花卉生產、育種、買賣交易、展覽、研發、植物園、休閒觀光等多功能的國際級花卉園區，建設花鄉與花都的美麗願景。

1. 初期目標：舉辦花卉博覽會

在花卉園區開發完成營運之前，先於園區預定地舉辦國際花卉博覽會，藉由辦理博覽會整合相關資源，以挹助園區相關公共設施及基礎建設之興建，為將來國家級花卉園區硬體建設奠定良好基礎；另一為扮演先趨者角色，為國內各縣市帶來各具特色的發展前景，由發展地方性特色產業進而帶動區域觀光事業。

台灣花博會的舉辦，首先著眼點是「行銷彰化」，藉花博會將彰化的重要景點推銷出去。接著，根據聯合報的民調，國人一年平均在花卉的消費約 750 元，若和國外相比顯然偏低，如果可以將花卉生活化，有助提升花卉的銷售量。同時，藉著花博會的舉辦，也可帶動彰化縣全面的環境改造，提升彰化縣整體的生活品質。籌備初期，只有二家競標，且第一次竟然流標，最後在第二次競標時，才由民視和聯合報系合組的團隊得標。

花博會的基礎工作經費由農委會支持，在營運策略採 OT(營運移轉)方式，當時的想法是若靠政府力量，可能規劃設計或創意皆不如民間。同時，如園區營運中須作一些改變，由民間主導較靈活，不像政府動不動要發包，容易延誤時間。本想學習宜蘭綠色博覽會模式，委由政府農業發展基金支應，由農業局主導，但後來發現不可行。

花卉本身十分討喜，老少咸宜，加上花博會舉辦的時間，恰到好處，如果延後到夏天，可能賞花心情都會不一樣。至於較具體的量化評估，可能要等到年底或是隔年報稅時。在花博會舉辦期間，我發現除了活動本身外，彰化縣整個街道都開始慢慢漂亮起來，超過 200 個社區開始作社區環境改造，小公園變成小花園，價值更大。

2. 中期目標：設立國家花卉園區

先透過舉辦國際花卉博覽會的方式，逐步發展為結合花卉生產、育種、買賣交易、展覽、研發、植物園、遊憩等多功能之國家級花卉園區。仿效德國聯邦公園博覽會之理念，將低度利用或機能未充分發揮之土地，政府給予適度補助，展覽主題以環保、科技、生態、能源為原則，並透過展示創造商機，鼓吹人文關懷的文化觀，強化地方綠色相關產業，結合都市再開發事業，進而帶動觀光人潮。

有關國家花卉園區各項方案策略將以分期分區方式循序進行，已由農委會、經建會及彰化縣政府共同出資，由彰化縣政府委託專業顧問公司辦理整體規劃，並循行政程序報奉行政院核定，相關單位依核定方案及策略，分年分項編列預算推動執行，預定期程從九十一年至九十六年。

國家花卉園區係屬新興計畫，初步規劃內容包括籌辦花卉博覽會、設置國家級植物園、花卉貿易物流中心、花卉研發中心及花卉生產專區五大項。所需實質建設經費甚為龐大，需詳細規劃計算及審查，以評估經費合理性。其中長程計畫內容尚未報院審查核定前，先編列先期規劃經費，中央於九十一年度已撥款補助彰化縣政府初期規劃經費，九十二年度已編列三千萬元規劃及建設經費，俟彰化縣政府提出可行之園區定位架構、營運主體、建設計畫、投資報酬分析等之具體規劃後，再進一步核列實質建設經費。

(二) 田尾公路花園

田尾鄉的公路花園綿延好幾公里，繁花燦爛、綠園景觀處處，讓路過的駕駛人心曠神怡。有人納悶，公路花園為什麼在田尾鄉，其他鄉鎮難道無緣花花綠綠。原來，田尾鄉得天獨厚有濁水溪水灌溉出肥沃的土壤，加上氣候溫和、居民勤奮，造就了花卉、園藝產業蓬勃發展，目前全鄉有三分之二人口是花農，花卉園藝耕地面積佔全鄉二分之一以上，田尾公路花園因此繁花似錦，吸引觀光客來拈花惹草。

田尾公路花園是田尾鄉居民的驕傲，也是該鄉重要建設，花卉及園藝栽培面積都已頗具規模。全鄉人口約二萬九千人，有一半是靠這項產業為生，苗圃面積達到六百公頃，菊花近二百五十公頃，盆花有九十多公頃，其他切花近五十公頃，總計千餘公頃的花卉、園藝面積像一處世外桃源。

相傳田尾的花卉事業開始於一百年前，在這之前，田尾農地種的是各種糧食作物和蔬菜，直到打簾村有一位叫巫修齊的人到唐山旅遊，帶回奇花異草在庭院種植，不久後他家的庭院景觀美不勝收，吸引附近居民的目光，也有人花錢買幼苗回家種，幾年之後打簾村崙仔部落有一位名叫李朝慶的人開始將家中的花木賣到外地去，有時也以交換的方式將外地較好品種的花木帶回來繁殖，花卉的交易更為熱絡。

日據時代，當地農會開始培育種苗，由農民以低價申請種苗回家種植，至此田尾地區的花卉園藝事業百花爭放，由於花木事業蓬勃起飛，不少用心的農民成了育種高手，奇花異樹紛紛進入市場，田尾鄉花名在外，名聲遠播。另外，也由於政府遷台後實施三七五減租、耕者有其田政策，使得許多佃農擁有自己的土地，一個個成為花園的主人，也因此更用心花卉的栽培和經營。

而田尾鄉得以成為有規模的公路花園，應歸功於前總統府資政謝東閔先生，民國六十一年他當省主席時，曾到田尾朋友處賞花，在花農及地方士紳的建議下，民國六十二年省政府正式將該地區規劃為公路花園園藝特定區，在當地縣長、鄉長合力推動，以及鄉民們有錢出錢，有力出力下，歷經二年完成線狀的公路，利用路旁居民原有的花木來美化公路，當時稱為公路公園，由於外地人到此一遊常常找不到「公園」在那裡，於是公路公園改名為公路花園。

田尾鄉長劉淑芳表示，公路花園的園藝觀光區環園道路全長 4.7 公里，寬 9 公尺，區內面積 341 公頃，是盆栽苗木生產專業區，私有花園二百多家，觀光區內還有菊花生產專業區，面積 120 公頃，年生產各種菊花達四千萬支，外銷日本、香港等地區，而其他各種花卉的年產量、種類居全省之冠，所以有「花鄉」美名。現在的田尾公路花園形象商圈假日多見人潮，繁花爭奇鬥豔，遊客也心花朵朵開。

二、規劃中之重點建設發展計畫

(一)王功觀光漁港發展計畫

王功漁港位於彰化縣西側，行政區屬於彰化縣芳苑鄉，為彰化縣境內最重要漁港。周圍與彰化縣福興鄉、二林鎮、大城鄉為鄰，漁港位芳苑鄉王功海埔地西南角，西接台灣海峽，南鄰後港溪，包含陸地面積 7.448 公頃及水域面積 4.987

公頃，碼頭長 336 公尺。主要交通以 8 米寬之 148 縣道為主幹，沿海堤往東銜接台 17 號省道，北達彰化，南至大城鄉。

王功漁港為彰化地區早期唯一之漁港，同時亦為彰化區漁會所在地。由於王功漁港完成時期較早且本港通外海航道有一天然槽溝，高潮時漁船方能進出作業，由於受天然條件之限制，近幾年除積極開發港區路上公共設施外，為配合漁業政策與鄰近養殖區之開發，港區的基礎建設與照明、親水設施及安全設施工程的陸續動工，打造出本港朝向觀光休閒漁業方向發展，以有效促進本港鄰近地區之繁榮發展。

基於未來漁港轉型後遊客量增加、港區基礎建設與照明、親水設施及安全設施工程等的完工，將提出彰化縣海岸空間利用港區親水海堤景觀設施、魚市場(魚貨直銷中心)及漁具倉庫、漁民活動中心之規劃設計構想，包括照明、步道、座椅設施及景觀植栽工程，將老舊漁具倉庫拆除或整建，泊地疏浚等。目的在於使王功漁港結合現有照明、親水設施之外，使之具有更完善的景觀設施，並提供較現有漁港設施更美麗、精緻之岸上休閒設施，藉此，使遊客能更盡興、愉悅的在港區遊歷及觀光。除此之外，在港區結合現有設施之地點與設置具有王功漁港整體意象之景觀設施，構築成地區獨特風格之景觀意象，使本地區的特色更加彰顯。

(二)八卦山風景區

八卦山是彰化縣最具代表性的風景區，為了讓民衆對八卦山大佛風景區有更完整的遊憩體驗，彰化縣政府興建了環園步道及溫泉公園，串連園區內各主要景點，成為高品質的休憩園區。彰化縣政府與交通部觀光局參山國家風景區管理處全力打造八卦山風景區為「自然生態景觀園區」。

未來八卦山風景區將朝賞鷹生態旅遊、單車旅遊勝地、生態步道健行、民俗古蹟巡禮及產業觀光等五大主軸發展，以形塑獨特且具魅力之遊憩特色，將八卦山風景區推向國際舞台。未來將規劃建立生態休閒旅遊生活圈，串聯八卦山風景區、漢寶、大肚溪口等自然生態園區，並結合社區與人文古蹟等珍貴資源，推動綠色生態休閒產業。

(三)成功社教園區

彰化市成功社教園區獲選城鄉新風貌十大計畫，營建署將補助七千萬元打造

綠色環境學習中心，作為彰化縣九年一貫自然科學領域的教學園地，及市民的生態花園。

成功社教園區不會大興土木，建設的方式逆向操作，先引進軟體再補充硬體，中華民國環境教育學會等社團、基金會樂意派員進駐，支援研習、訓練和教育等事務，縣府依據軟體的需求整修營區現有房舍，以不增加建物為原則。彰化縣內沒有完整且大面積的生態教學環境，成功社教園區保留原生樹木和草地，植物、昆蟲和留鳥種類豐富。國中、小學自然科學教學的最佳園地，新增的競速運動場、視覺藝術表演場也是青少年消磨體能的好去處。

掌管中部五縣市社教業務的國立彰化社教館，確定將遷建成功社教園區，教育局核撥二億八千萬元興建三至四層樓新館，因依山而建，蓋在園區東邊角落，不會成為園區的突兀景觀，卻可增進軟體建設的內容，吸引外縣市民眾使用綠色環境學習中心。在國家重大計畫前瞻性大架構之下，成功社教園區與地方需求緊密結合，推行終身學習的理想。

成功社教園區的前身是砲兵營區，緊臨八卦山風景區，成功社教園區的大樹成林，至少有四十年以上的樹齡，在都市裡能夠保存這樣完整的綠地，實在相當難得。

成功社教園區原規劃開發經費需十六億元，興建一萬三千多坪的館舍，修正後所需經費預估二億九千四百萬元，館舍縮水為三千坪，用「向舊時記憶學習」作為規劃概念，保留大面積樹林和綠地，興建社教館、縣政府城鄉發展局之外，增加戶外劇場、大型表演廣場、極速運動場、親水區、森林石雕展覽區和綠蔭停車場。

三、重點建設發展計畫之預期效益

藉由台灣花卉博覽會，提高台灣花卉在國際間的知名度，刺激國內花卉業自我提升層級，藉由產官學界的合作，培植以精緻農業為基礎的農企業，建立彰南地區花卉高品質的形象。花博會進場人次接近 130 萬，門票收入高達三億多，能夠吸引這麼多人次參觀，原因在於辦活動前先了解地方特色，鎖定正確主題，和周邊的其他縣市作出市場區隔。另外，與媒體的合作也帶給這次的行銷很大成功。而隨著國家花卉園區的設立，將可以帶動花卉產業升級，將彰化縣打造成為

「花田城市」，並且強化地方綠色相關產業，結合都市再開發事業，進而帶動觀光人潮。

王功漁港發展具有獨特風格、觀光休閒漁業形象，利用產業特色、生態和景觀，規劃觀光休閒與漁村風光體驗活動，以帶動觀光休閒漁業發展。配合港區周邊綠美化植栽，地區觀光休閒之經營，可開創出具有特殊漁港風貌之觀光休閒漁港。

第二節 雲林縣重點建設發展計畫

一、執行中之重大建設發展計畫

(一)離島基礎工業區

經濟部工業局在雲林縣沿海開發的離島基礎工業區，與本島隔離，再以「海上造陸」的施工方式開發。離島工業區的汙染設備也將自成系統、管制及監督，任何工廠的汙水、廢氣都必須做嚴格管制才能放流或放氣。

離島基礎工業區的基地位置位於雲林西海岸，北起濁水溪南岸，南迄牛挑灣大排水北岸約五公里處，涵蓋雲林縣麥寮、台西、口湖及四湖等鄉鎮外海淺海地區，南北長約 32 公里，東西寬約 3~4 公里。

依據經濟部工業局的需求規劃，離島部分，開發面積為一萬一千五百四十九公頃，內陸部分為一千一百六十四公頃，加上其他編定的面積，合計高達一萬六千二百三十七公頃，比台北市還大。並且規劃為麥寮、四湖工業專用港。主要引進工業以石化、煉油、煉鋼、電力及相關中下工業為主。

在交通系統方面，主要分為海上運輸、公路運輸以及鐵路運輸，如下所示：

海上運輸：除麥寮工業專用港外，未來將增設四湖工業專用港。

公路運輸：南北向以台 17、台 19、西濱快速道路及中山高速公路為主要動線。東西除了原有的 154，156，158，160，164 等五條縣道外，另新闢五條工業區聯外道路。此外，東西向快速道路(台西-古坑)通車後，將更增加本工業區連通中山、第二高速公路的便利性。

鐵路運輸：縱貫鐵路南北貫穿雲林縣東側，設有斗六、斗南、林內、石榴四個車站，整體運輸網路四通八達。

離島基礎工業區最大的投資莫過於台塑集團投資的六輕，六輕興建於雲林離島式基礎工業區之麥寮及海豐區，基地位置北距濁水溪南岸，南至新虎尾溪口，南北向約 8 公里，東西向約 3.5 公里，面積廣達 2,652 公頃，計畫興建年產乙烯 135 萬公噸裂解廠，255 萬噸輕油廠及相關石化中間原料廠 27 座，重機械廠 2 座，及工業專用港等，投資金額預計新台幣二千五百餘億元，開發完成後，我國的石化工業體系必將更趨完整，並可大幅提昇國際競爭能力，國家經濟發展亦將邁入新的紀元。

近年來台塑有意進一步開放六輕相關工程，供國內石化業者共同參與，並吸引中、下游業者赴六輕用地附近建廠發展，若再加上日後台灣區石油化學工業公會的石化基本原料開發計畫順利推動，台灣西部沿海的離島工業區可望成為新興石化產業重鎮。

台塑進一步擴充六輕規模後，輕油裂解的年產能已達乙烯一百卅五萬公噸，原油提煉量也由原本的每年九百萬公噸，提高到一千四百萬公噸。在原油提煉的規模上，台塑六輕仍不及中油，但在石化基本原料的產能上，中油五輕即使完工，但中油二、三輕將相繼停工，中油乙烯年產能僅約八十萬公噸不到，台塑六輕將躍居國內石化基本原料的最大供應來源。

這種發展態勢日前也引起中油方面的關注，並傳出中油已成立專案小組，注意台塑六輕的發展，台塑則在日前放出風聲，將進一步擴大國內石化業界參與台塑六輕的程度，當然也歡迎中油共襄盛舉。台塑高級主管表示，台塑進一步擴大六輕規模後，就一直和國內石化業者保持接觸，也希望石化業者能相互配合，共同在中、下游的領域發展。

就以台塑六輕中預計投資新台幣一百四十億元的工業專用港來說，台塑估計若以每公噸運費新台幣五十元，一年吞吐量一千五百萬公噸的貨物量來計算，成本需經五十年才能回收，但若一年可有三千萬公噸的吞吐量，對於成本的回收會有相當大助益，要想達到縮短成本回收時間，就不僅要靠六輕本身的進出口貨物規模，還必須仰賴相關中、下游業者的配合，進行投資。

同時以往台灣區石油化學工業公會推動的石化基本原料開發計畫，目前六輕擴大計畫將用到的海豐離島工業區，當初也是公會考慮的設廠地點。如今在多家石化業者參與台塑六輕計畫後，日前也一度傳出台泥集團有意參與公會的計畫，興建一座年產六十五萬公噸乙烯的輕油裂解廠，但台泥和台灣區石油化學工業公會理事長徐國安都加以否認。台灣區石油化學工業公會理事長徐國安說：「公會的計畫，還得視會員廠商的投資意願而定，更不是短時間內可以決定。」

但根據以往經濟部工業局的構想，規劃中的多處離島工業區，原本就有考慮供石化工業發展之用，日後公會的計畫用地仍有可能在離島工業區，形成一片新的石化工業區。台塑高級主管指出，其實日本在東京、瀨戶內海一帶，都有一片石化專業區，應不會有所謂工業污染的問題。

若配合行政院經建會「自由貿易港區設置條例」，由交通部民航局、港務局和經濟部工業局就所管轄的國際海空港規劃為自由貿易港區，在自由貿易港區內可以和大陸直接三通，也可開放引進大陸人士。工業局日前就其所開發管理的雲林麥寮、花蓮和和平和桃園觀塘三個工業港及彰濱工業區進行初步評估，以及考量地方政府的態度後，原則上已決定將符合「自由貿易港區設置條例草案」所規定自由貿易港區條件的麥寮港規劃為自由貿易港區。

麥寮工業港是由工業局委託台塑開發，擁有二十個專用碼頭和十個公用碼頭，水深達二十四公尺，是國內最深的港口，目前年吞吐量為六千萬公噸，第二期完工後將成為台灣最大的港口，同時，緊鄰雲林離島工業區，各項設施和機能完備。雲林縣政府已提出多項地方建設配套方案，希望將麥寮港和離島工業區畫為特區，帶動地方經濟繁榮；台塑由於已在離島工業區內完成六輕三期擴建，明年又要推動第四期擴建，已成為台灣最大石化專業區，台塑希望將六輕發展成為兩岸石化原料供應中心，對推動麥寮港轉型為自由貿易港區也不遺餘力。

經濟部工業局預估，台塑六輕前四期投產後，未來五年至少新增 4,000 億元產值，2008 年時可望推升國內石化業產值達 1.2 兆元成為第四位「兆元產業」，「兆元產業」前三名，分別會自今年開始由半導體、光電以及通訊產業取得。其中，半導體產業去年產值達 8,569 億元，今年可望破兆元，2006 年產值達 1.59 兆元；TFT-LCD 產業，去年產值 4,151 億元，今年也可望突飛猛進，產值破兆元，2006 年則進一步達到 1.37 兆元。這兩項產業，將是產值最早破兆的「兩兆

「雙星」產業。

由於近年來景氣衰退，導致雲林縣離島工業區台西與新興區長期間置，然而近年來台塑有意設置煉鋼廠，而中油也要設置石化科技園區（八輕），因此離島工業區行情水漲船高，雲林縣長有意爭取煉鋼廠，然而，兩大投資只能擇一，目前煉鋼廠較占優勢，而設置八輕，變數仍大。

八輕規模預計年產一百廿萬公噸乙烯輕裂廠，及十餘座中、下游石化中間原料及塑膠原料生產廠，園區除設石化產業外，還規劃科技園區，對國際知名電子科技廠商招商。台西與新興區設八輕優勢，在當地是國內唯一編定離島基礎工業區，環評通過，水電無虞，又有麥寮港門戶，加上地價下跌閒置，開發成本便宜，縮短開發時程，與六輕相鄰，具產業群聚效果。

台塑煉鋼廠籌設機制悄悄啟動，雲林縣長張榮味對八輕冷處理，對煉鋼廠展現高度誠意，提議台塑以優惠租地方案承租新興區開發部分，再接手開發未完成部分，爭取時效，台塑填海造陸建六輕，每坪成本八千元，與新興區二、三萬元落差甚大。

無論煉鋼廠或八輕（石化科技園區），投資動輒數千億元，創造就業機會上萬人，更可帶動中下游產值，及地方繁榮發展，台塑與中油兩大石化業龍頭，暗中角力，著眼於直航後產業佈局，因經建會已規劃麥寮港為自由貿易港區，未來可望轉型為亞太海運轉運中心。

（二）中部科學園區雲林基地

中科雲林基地籌備處並於九十一年十一月六日由陳總統親臨揭牌後正式進行運作，雲林縣所提供的一筆位於高鐵特定區旁九十八公頃台糖土地，縣府組成園區推動委員會，全力協助土地徵收取得，並全力進行聯外道路等公共建設。

中科雲林基地位於虎尾鎮廉使里，緊鄰高鐵雲林車站，面積九十六點五公頃，廠房用地為四十四點四一公頃，土地有百分之九十八點八為台糖所有不淹水也沒有缺水問題，園內規劃 60 公尺大道連接高速鐵路雲林站，並有多條聯外道路可快速接上高速公路。預計引進生物科技、光電、通訊等高科技產業，未來結合台大雲林分部、高鐵特定區，開發案將分民國九十三年至九十五年、九十五年至九十七年、九十六年至九十九年三個期程。

展望未來，由光電、半導體、精密機械產業升級撐起一片天的中科，將和竹科、南科串聯，由點而線，由線而面，構成台灣西部的科技走廊，加速實現台灣成為「綠色矽島」的政策目標，並建構中科成為東方的瑞士。

就產業遠景而言，預估中部科學園區民國 95 年開發完成後，將可帶來近 1200 億元產值，因此，中科的開發將可帶動中部地區高科技產業的蓬勃發展，預期中部地區在擁有國際機場、港口、中科和高鐵等優越條件下，發展潛力相當可觀，勢必將成為台灣的心臟地帶。面對知識經濟時代及全球化布局的潮流，中科的成立，提供台灣建置成為一個「高附加價值製造中心」及「產業創新研發中心」的先期準備，廠商踴躍進駐，不僅是政府與產業雙生雙贏的表現，也是政府大力拚經濟政策下，產業界響應台灣優先、根留台灣的具體表現。

(三)西螺大橋觀光文化園區

為提升西螺大橋的觀光價值，吸引觀光人潮，雲林縣政府提出觀光客倍增計畫，透過西螺大橋觀光區發展會議，集思廣益，以落實規劃內容並提供充足的活動空間。大橋具有歷史意義，未來交通功能減弱，可能以古蹟方式保護，朝向觀光功能設計，讓大橋無論白天或夜晚都能成為指標，可於橋上增設觀光小火車，結合當地文化、設計農特產，如果只強化周邊設備，反讓大橋失色。

雲林、彰化共同舉辦西螺大橋觀光文化節活動，堪稱雲彰兩縣的大事，過去雲彰常為橫跨兩縣橋梁的管理權，相互較勁，溪州大橋橋名之爭就是著名的案例，雖彰化縣民支持取名溪州大橋，雲林縣民卻堅稱新西螺大橋，公路總局為怕眾怒，也未統一橋名，如今，兩縣捐棄成見聯手舉辦大橋活動共創雙贏。雲林、彰化兩縣市，共同擴大舉行西螺大橋通車五十週年觀光文化節，並結合濁水溪兩岸觀光文化資源，如西螺醬油博物館及田尾觀光花市，積極利用西螺大橋閒置空間，雲林縣已爭取交通部補助，在大橋上設置藝術燈光，配合五十週年慶完成，在縣民認可後，兩縣共同爭取西螺大橋列入國定古蹟，永久保存下來。

二、規劃中重大建設發展計畫

(一)雲林縣觀光砂谷多功能渡假園區

彰化縣政府提出的觀光砂谷多功能度假園區計畫，獲行政院列入新十大建設，更名為「雲林大湖」。大湖面積一千公頃，比日月潭還大，採 BOT 模式開

發，結合遊憩、觀光等；另建立給水機制，水源取自濁水溪豐水期的溪水；還有，開挖後土方轉售，預估可進帳一百億元。

大湖預定地涵蓋褒忠、東勢及土庫等三鄉鎮，雲林大湖計畫區北側靠近新虎尾溪，南側靠近有才寮排水溝，東側靠近中部科學園區雲林基地及高速鐵路，西側靠近東勢鄉興化寮，形狀呈長方形；地勢由東向西傾斜，台糖鐵路以東西向穿越。因此，規劃有「台糖文化展示區」，利用台糖鐵路，結合觀光，吸引觀光客。縣府原規劃一百公頃，但經建會副主委張景森與縣長張榮味研商後，擴增為一千公頃。

大湖的水源，將從水利會兩條灌溉排水，抽取濁水溪水。當地有台十九線聯外道路，交通便利；開發的人工湖畔將植栽造林，其中五百公頃規劃為生態園區，具涵養水源，調節民生用水功能，減緩地盤下陷，及水資源永續利用。經建會同意籌編預算，優先開發生態園區，包括農業科技、運動休閒、綠色博覽會園區、健康養生園區、示範住宅發展區、地方產業園區、觀光產業技術學院、國際村綠建築發展區等，將地方產業結合觀光休閒，形成全民性、多功能、國際化觀光園區。

觀光砂谷園區，是將農林漁牧產業與觀光休閒產業結合，形成多功能的國際化觀光園區，面積一千公頃，規劃人工生態湖及農業科技、運動休閒、綠色博覽會園區、國際村綠建築發展區等十二項，其中五百公頃人工生態湖，具涵養水源及民生用水功能，完工後是台灣最大的人工湖。

雲林大湖同時具有生態保育、地方產業、觀光休閒等功能。鳥類生態保育區設有人工島、緩衝綠帶，避免干擾鳥類活動及棲地保育；濕地生態教育區，創造多樣性的生物棲息環境，復育動植物，並導入自然觀察及解說；地方產業文化教育區，提供田園生活及工藝製作體驗；親水遊憩區，設立遊艇碼頭，提供環湖賞景及戲水活動；另有不同層級的住宿、露營烤肉區等。

(二)竹圍子區的「絲織專業區」

財團法人紡織中心為因應出口區轉型自由貿易港區，購地兩公頃，計畫投資一億八千萬元興建紡織研發中心，結合中南部產學界打造台灣絲織重鎮。規劃的絲織專業區，除提供十八家絲織業設廠，總部設在台北縣土城的紡織中心，也向

台絲購地兩公頃，計畫興建紡織研發中心。

絲織業屬民生產業，不是傳統產業，雖然有業者基於勞工成本考量轉移到大陸，但絲織加工出口區及研發中心興建計畫，證明絲織業根留台灣，建構絲織重鎮企圖心。位於斗六市竹圍仔的加工出口區，總面積兩百七十八公頃，其中兩百十二公頃，規劃為絲織專業區，剩餘的六十公頃，由加工出口區管理處規劃成卅個區塊對外招商，土地只租不售，每個區塊約兩千坪以上，為減輕廠商成本，每坪地每月只需五十元租金，可規劃為工廠用地、商業、住宅及行政區。

紡織研發中心將分成三期建設，計畫投資一億八千萬，九十四年營運，研發中心完成後，第一批將有卅位研發人才進駐，研發產品，並結合環球、虎技、雲科大等中南部大專校院，培育絲織人才。台絲與加工出口區管理處合資，開發的絲織加工出口區，將轉型為自由貿易港區，未來研發中心將協助產官界，建構一貫化生產設計中心及流行服飾時尚中心。

這個開發案若投資者全部進駐設廠，可增加投資總額 200 億元，一年可創造國內生產毛額 500 億元。未來可併入自由貿易港區，享受諸多獎勵優惠，估計可增加 2.3 萬個就業機會。斗六園區具有成本優勢，可結合紡織廠商形成群聚效果，有機會發展成台灣的米蘭，估計將擁有百年的永續發展潛力。未來開發完成後，可做為絲織專業展示中心，方便客戶一次購足的需求。

台灣絲織開發公司表示，斗六園區進駐廠商可享有單一窗口快速服務待遇，加工出口區管理處也將針對業者生產與經商需要，主動提供各項有效協助，包括水電、工業安全與衛生、醫護、物流倉儲、網路通訊及金融服務等等。

三、重大建設發展計畫之預期效益

離島基礎工業區可以增加國土 11,560 公頃，可提供約 7,140 公頃設廠用地，並增加約 1,450 公頃公共設施用地。並且加速地方公共設施及週邊社區建設，提供兼具景觀、環保及遊憩功能之親水空間。該工業區每年產值可增加 1 兆 9 仟億元，並提供 17 萬個直接就業機會，帶動約 30 萬個間接就業人口，更可吸引 20 萬個人口回流，帶動鄉鎮成長轉型。

中部科學園區的產業由光電、半導體、精密機械產業升級撐起一片天，將和竹科、南科串聯，由點而線，由線而面，構成台灣西部的科技走廊，加速實現台

灣成為「綠色砂島」的政策目標，並建構中科成為東方的瑞士。

至於觀光休閒方面則有雲林大湖，該計畫具有生態保育、地方產業等功能，同時利用台糖鐵路，結合觀光，吸引觀光客。

竹圍子區的「絲織專業區」計畫，可增加投資總額 200 億元，一年可創造國內生產毛額 500 億元，藉以發揮產業群聚效應，根留台灣。未來可併入自由貿易港區，享受諸多獎勵優惠，估計可增加 2.3 萬個就業機會。

第三節 嘉義縣重點建設發展計畫

一、執行中重大建設發展計畫

(一)故宮南院

故宮籌設中南部分院作業，自公布以來，共收到十四個縣市、二十件申請案，經過遴選博物館、地質、經濟發展、藝術文化、建築、管理、歷史語言各領域院內外十三名評審委員，經過八次的評估小組會議，確立區位、交通、土地取得、氣候環境、人口與建築密度、經濟效益、地方發展潛力等評選項目，並歷經簡報與實地踏勘作業，充分討論後，經過多輪淘汰法投票，最後確立嘉義太保、台中西屯與高雄左營三處不計名次的優選院址，並且報陳行政院做最後圈選動作。

政府基於南北均衡發展，結合本土人文藝術，吸引國際觀光客以發展地方文化建設，選定嘉義太保為故宮中南部分院的院址，除故宮南院二十公頃，毗鄰將再規劃五十公頃亞洲文化藝術園區，總經費預算高達二十四億元，並且列入行政院挑戰 2008 重點發展計畫，預定九十七年開館啟用。

嘉義太保能脫穎而出的原因如下，嘉義太保腹地高達五十七公頃，現為台糖蔗田用地，並無建物，用地取得容易，而鄰近嘉義水上機場、高鐵車站、國道中山高、西濱快速道路等聯外道路相當發達；地質水文氣候條件優良；周邊又可結合中正大學、嘉義大學等文教設施，加上阿里山觀光資源，可望和當地發展產生經濟效益的加乘效果。此外，嘉義太保的區位，聯絡台中或高雄都相當方便，以文化建設的南北資源分配平衡來說，嘉義太保更為迫切，在嘉義市出局後，嘉義縣市政府願意整合一同爭取，更是獲得中央的青睞。

故宮南院未來將朝向「亞洲博物館」規劃，定位在國際級層次，綜合華夏、本土、亞洲各國文物為主體。然而，故宮分院典藏的文物卻不一定要亞洲各國國寶級，但也一定絕不會採購複製品，只要透過用心的展覽手法，普通的文物也能發揮效益。另外，透過寄存保管民間文物或是和亞洲各國館際間三至五年長期借展的交流，同樣能成就「亞洲博物館」的目標。

故宮南院的未來願景，包括深化民衆對華夏典藏的研究與欣賞、培養對亞洲多元文化的認識、及建立具獨特風格的亞洲藝術館等，讓參觀者能透過比較的角度，深入了解各種文化的特質、培養世界觀。

故宮南院預定地位置適中，交通便捷，二十分鐘以內，北可以到雲林縣北港朝天宮、南可以到台南縣南鯤鯓代天府，都是宗教文化氣息非常濃厚的地方。而故宮南院預定地院址東邊有阿里山國家風景區、西邊有濱海國家風景區，此外，高鐵太保站即將在二〇〇五年底通車，也是未來嘉義故宮的重要交通入口，將來開館之後，勢必帶動觀光發展規模，改變傳統的旅遊型態。

故宮南院落腳嘉義有二個意義，首先是嘉南平原整體產業提升和未來經濟好轉，以太保為中心，方圓二十公里約一百萬人口，涵蓋雲林、嘉義縣市及台南縣均同蒙其利。

其次是嘉縣拚觀光主軸獲確定，故宮南院不是台北故宮翻版，而是亞洲文化博物館，未來除故宮南院二十公頃，毗鄰將再規劃五十公頃亞洲文化藝術園區，加上阿里山國家風景區及濱海國家風景區，使嘉縣成為國際級觀光文化大縣。

嘉義縣政府指出，爭取故宮南院時，縣府和台糖達成共識，故宮南院落腳嘉縣台糖東勢寮農場後，縣府將以公告地價加四成徵收二十公頃故宮南院用地，初估約需一億六千萬元。故宮南院落腳嘉義後，預計將帶動縣治所在地、擴大縣治一期等開發區土地價格，因此用地取得經費將向銀行融資籌措，俟縣治及擴大縣治等開發區四十餘公頃抵費地標售後，再行償還。

(二) 香草藥草生技園區

近年來由於化學合成藥品的極限開發，以及環保意識與崇尚自然的抬頭，歐美國家深切體認到芳香精油的紓解身心與天然藥草養生的重要。對天然香草藥草的使用和研究開始有重大改變，舉例而言，德國 1993 年的藥草及其製品產值高

達 30 億美元，英國和西班牙於 1993 年的藥草製品，分別比前一年成長 10% 及 35%，合計達 50 億美元以上。

嘉義縣地處亞熱帶、北迴歸線通過嘉義縣水上鄉，對於香草藥草生產開發具有獨特之多樣性，縣內原生植物也具有物種多樣性、遺傳多樣性和生態多樣性，適合許多天然香草藥草栽培，加上本省由海平面綿延至東南亞最高峰，使嘉義縣擁有從熱帶、亞熱帶到溫帶的豐富植物生態景觀。由於目前農業已朝生產、生態及生活等所謂「三生農業」理念規劃進行，而香草藥草生活化是未來發展趨勢。

香草藥草除藥用外，還可用於食品、保健品、日用品、農林與園藝產品、化妝品、獸醫藥及營養品等多種用途。若能結合嘉義縣優良地理環境，利用現代化生物技術工學，充分開發香草藥草等多樣性的特點，配合休閒區進行綜合開發。除了創造農民生產的新契機以外，還可落實產業生根，達到發揮產業、生技與休閒的最佳成效。

嘉義縣位於臺灣西南部，為本省三大藥材產地之一。嘉義縣產藥用植物據中國醫藥學院中藥研究所的研究調查，計有 1,131 種，分別隸屬於 6 門，197 科，717 屬。全境土壤肥沃，氣候溫和，雨水充沛，草木繁生。擁有發展藥用植物優厚的天然條件。

從植物的高度垂直分布，可了解嘉義縣植物有許多具有原生種特色，值得進行產業開發，形成國際競爭力的產品。經調查具有代表性藥用植物的垂直分布如下：

- 平地到海拔 500 公尺：山葡萄、粉藤、甜珠草、蘆薈、靈芝、石斛……等。
- 海拔 500 至 2,000 公尺：玉蘭花、肖楠、石上柏、黑木耳、鬱金、山葵、金線連…等。
- 海拔 2,000 公尺以上：阿里山鹿蹄草、紅檜、玉山龍膽、紅豆杉、阿里山當藥、臺灣一葉蘭…等。

目前台灣的香草產業隨著注重休閒生活與身心調劑，已逐漸發展起來，並在各地成立香草專業生產及專賣店。以香草為訴求的餐廳、茶館等也已相繼成立。

同時香草產業為了奠定良好的發展基礎，由全國的業者聯合成立了「台灣香草聯盟」，以組織的力量全力發展香草產業。香草的利用方式有好幾種，可以泡茶、沐浴、廚房料理調味、驅蟲、佈置環境及觀賞等等，而其主要的利用方式可歸納為香草精油、食物調理、花草茶及休閒農場等四類。

養生保健的觀念已成為當代潮流，而具悠久歷史之中草藥文化，近年來反被外國搶先佔去大部分市場，回顧嘉義縣農業發展情形，在積極開發台灣為綠色矽谷科技島的最高目標指導下，必須重新審視並發揮嘉義縣既有產業特色，打造具特色的生物科技園區。

香草藥草生技園區之目標，一方面將整合國內農業生物技術產業有關研發上既有的人力、物力與技術資源，落實產業上之應用，建立嘉義農業生技產業發展基礎；另一方面並加強台灣本土性，具產業發展潛力的資源與技術之研究發展，以提昇台灣在香草藥草生技產品的國際競爭性，建立台灣成為亞太地區農業生技產業之研發與營運中心。

嘉義縣政府選定梅山交流道周圍 439 公頃之大埔美智慧園區，預計先選面積約 86 公頃，朝知識型產業園區型態開發，利用其自然、產業與交通區位條件，配合縣治、長庚醫療專用區、嘉義大學、中正大學、以及高鐵車站特定區之整體開發，發展以香草藥草及健康食品為主，並結合生活休閒、產業、科技之香草藥草生物科技園區，以提升台灣民衆生活品質，開創農業新契機。期望達成整合台灣香草藥草產業、結合國家資源，引進國外技術、提升農業科技地位、培養科技人才、積極開拓國際行銷、增加市場佔有率，使產業根留台灣並使在大陸台灣業者回流，建立台灣成為香草藥草王國之國際地位。

選擇大埔美智慧園區開發之利基在於：該區已完成主要計畫報編及環境影響評估作業，僅需再進行細部計畫後即可進行第一期開發作業，而且土地權屬單純，用地取得容易，在交通方面，其區位緊鄰南二高梅山交流道，擁有便利之運輸條件銜接至台灣西部地區各大都市。

就嘉義縣土地資源而言，境內地形具有高山、平原、海域等變化且位處北迴歸線上，氣候適宜並擁有豐富的生物群落，最適宜發展香草藥草、健康食品等生物科技。

目前大埔美香草藥草生技園區已有十五家國內外知名廠商及相關產業已決定進駐，並繳交投資意願書及生產計畫書，總投資額達 37 億 8 千萬元，申請使用廠房面積 62 公頃。包括：

- 小美食品：冰淇淋產品；17 公頃；12 億元投資
- 耐斯集團：中草藥保健；3 公頃；3 億 6 千萬元投資
- 台富食品：中草藥食品；3 公頃；2 億元投資
- 三福企業：香藥草產品；3 公頃；3 億 5 千萬元投資
- 自然生態環境保護協會：草藥研發；2 公頃；3 千萬元投資
- 互若亞公司：香精提取精煉；5 公頃；4 千萬元投資
- 永泰生技公司：中草藥生技提煉純化；6 公頃；6 千萬元投資
- 桐核麥生物科技：中草藥產品；3 公頃；3 億元投資
- 彥廷生物科技：菇菌類產品；5 公頃；5 億元投資
- 日本臻里生物科技：健康食品；3 公頃；3 千 5 百萬元投資
- 台塑集團生物科技：已簽署投資意願書進駐園區
- 世華生物科技：國家型計畫廠商；保健食品生產；3 公頃；3 千萬元投資
- 有容生物科技：國家型計畫廠商；保健食品生產；3 公頃；3 千萬元投資
- 霖展生物科技：保健食品生產；3 公頃；3 億元投資
- 德麗興業社：香精油生產與銷售；3 公頃；3 千萬元投資

(三)北迴歸線天文廣場

北迴歸線標誌隸屬於嘉義縣水上鄉境內，距離嘉義市約 4 公里，建於清光緒

34年，為標示北迴歸線在此通過而立碑紀念，為台灣甚至是世界上重要的地標，深具人文教育及觀光遊憩功能。位於嘉義縣內山、海線風景區交會點上，該地又處於機場出入要道，省台一線上，連外交通網密集通暢，為縣內迎接觀光客的重要門戶。民國53年之嘉南大地震時曾受損害，之後歷經五次的修建，由於第六代地標館興建後，後續工程經費不足，導致該園區內缺少足夠的軟、硬體設施，吸引遊客的誘因不足，極需加強整建改善。另一方面為落實行政院「挑戰2008：國家發展重點計畫」內十大重點投資計畫之一「觀光客倍增計畫」之執行。為此嘉義縣政府特辦理北迴歸線標誌公園之整建改善工程，以期望能讓原本頹敗的園區能煥然一新，並考量長遠促進當地觀光產業，以達成發展嘉義成為優質觀光目的地。

園區開發面積共計3.1公頃，主要修整現有第六代地標塔，並表達百年來建物的演變與文化的傳承，此外配合各級學校自然科學與生活科技的教學需求並且吸引一般民衆參觀，期盼觀衆參觀引發對於恆星太陽的融合、光譜、運動、表面磁場現象(如黑子、耀斑、日珥…等)、太陽風等現象的瞭解，以及對於光學、地球地形緯度、電磁波等基本自然現象的好奇和興趣。綜合上述功能，將可結合雲嘉觀光資源與旅遊動線規劃，使參觀特展成為適合親子、師生、大眾各階層的休憩活動。

北迴歸線天文廣場的規劃內容包括下列各項：

- 入口太陽廣場：以太陽光環表達園區主題意象。
- 九大行星戲水區：水是生命之源，利用九大行星模型圖片文字介紹及融入戲水設施中，寓教於樂。
- 時光軌跡：循入口動線，利用地坪及牆面介紹星體生成至死亡流程。
- 天文廣場：保留廣場舉辦大型活動，以銀河星圖表現廣場並展示星系知識。
- 天文科學展示：以立體模型展示介紹星系知識及各式日晷圭表的戶外展品。
- 戶外展示庭園區：窺陽管、庭園綠化。

- 太陽館：利用原北迴標誌塔加強擴大為展示館。
- 北迴意象標線：利用台一線，在道路上以顏色標示出『北迴歸線』之意象。
- 停車場：綠化與充份展現綠建築的停車空間。大客車 15 輛、小客車 63 輛、機車 43 輛，停車空間充裕。

(四) 蒜鰲鐵道再生計畫

為因應社會環境變遷、產業結構急速轉變，傳統製糖工業已難符合經濟效益，蒜頭糖廠並因納莉颱風影響使製糖設備受損，於九十一年七月停止製糖工作，為使糖廠轉型，且配合縣府「拼觀光」的施政主軸及行政院二〇〇八年觀光客倍增計畫，由縣府提出『鐵道再生計畫』，整合即將劃設雲嘉南濱海國家風景區、故宮分院及高速鐵路通車，使此條觀光鐵道可連結周遭遊憩景點，成為區域觀光動脈，為沿岸村莊注入活水，帶來繁榮發展的契機。

嘉義縣政府從歷史人文、都市、交通及觀光發展等多元角度發展蒜鰲鐵道再生計畫。鰲鼓溼地擁有土地產權單純、距高鐵太保車站近等優勢，具有良好的發展潛力，因此從區域發展的角度建議蒜頭－鰲鼓地區的定位及發展方向。而高鐵形成的太保新市鎮及縣治中心一帶將因故宮的設立成為嘉義西半部旅遊區的旅遊服務中心，因此從都市發展的角度來建議蒜頭糖廠與嘉義故宮、太保車站之空間整合。

鐵道再生計畫除進行舒適安全的車廂改造、鐵道的整修外，並結合鐵道沿線六腳、東石各據點特色，將來故宮完成後，位在故宮旁的蒜頭糖廠首先受惠，可吸引大量消費遊客，提昇觀光客倍增，因此鐵道再生計畫工程的推動深具開發價值。鐵道全長約 18 公里，經過六腳、東石兩鄉，預計沿線設七站（包括糖廠站、蒜頭站、潭乾站、六腳站、前崩山站、港口宮站、鰲鼓站等七站），並且整合蒜頭糖廠、縣治中心及嘉義故宮成整體規劃。

二、規劃中重大建設發展計畫

(一)交通大學嘉義分校

國立交通大學計畫到嘉義興建交大分校再跨前一大步，交大校長張俊彥率同設校委員會成員與嘉義縣政府簽下設校協議書，由教育部次長范龔綠與嘉義縣議會議長候清河鑑證，簽下合作協議書後，嘉義縣政府將協助把一百公頃土地變更地目，在一百八十天內無償交由交大處理，相對條件是交大成立校務規劃委員會經校務會議通過，同時報教育部核準。這項被交通大學列為一百年建基的大事，而協議書簽約宗旨在於國立交通大學與嘉義縣政府為促進嘉義永續發展合作推動國立交通大學嘉義分校籌設事宜。

相關內容重點包括：嘉義縣政府將座落於太保地段台糖土地一百公頃提供國立交通大學做為設校基地。但交大必須成立嘉義設校校務規劃委員會並經校務會議通過同時報教育部核準，一旦交大完成此二項工作，嘉義縣政府則需在一百八十天內完成地目變更，將土地無償交由交大處置。

國立交通大學表示，嘉義校區將設立奈米科技等四個學院，預定九十四年招生；縣長陳明文希望交大為地方培育更多科技人才，帶領產業升級。

交大嘉義校區一期九點八公頃土地基礎工程及校舍，預定完工後，將先開設工學院人才培訓學分班、工學院碩士在職專班，及生物學院生化研究所，其他學院系將陸續招生。交大工學院長劉增豐表示，嘉義校區規劃設置生物科技、數位內容及資訊傳播、奈米科技與醫學院，均具前瞻性；他強調以交大聲譽，帶動嘉義產業，交大在嘉義設校才有意義。

(二)重大建設發展計畫之效益分析

隨著故宮南院的落成，在不久將來，故宮南院與台灣博覽會結合，不但幾年內將投注上百億元建設經費，附近地區在高鐵通車匯集人潮後，更將快速發展成為逾 20 萬人口的大都會，顯示這項建設對嘉義縣未來發展的重要性。此外，加上嘉義縣原有的阿里山國家風景區及規劃中的濱海國家風景區，將會使嘉義縣成為國際級觀光文化大縣。

大埔美香草藥草生技園區將會提昇地區產業技術水準，落實香草藥草、健康

食品生物科技於地方紮根，園區開發後預估十年後產值將達 500 億元以上，積極創造就業機會，帶動地方相關產業發展。

北迴歸線天文廣場不僅保有原有歷史文化與時間之緬懷，還能形成嘉義地方之獨特觀光遊憩景點，因此結合文化、旅遊休閒與教育之複合功能特性，達到寓教於樂的效果。

蒜鰲鐵道再生計畫將可以帶動東石鄉與六腳鄉地區環境品質提升，並且透過民衆參與建立起社區共同情感，在後續環境維護上，除政府的資源與力量外更有社區的協助，將使此地區生活環境品質大幅提升，創造最佳環境及觀光的價值。除此之外，東石鄉與六腳鄉風貌之整體風貌更新，因為蒜頭至鰲鼓鐵道全長 18 公里，沿線設有七站；經過兩鄉，其直接受益村莊共有 18 村、間接受益更廣，將來與高鐵及廣泛發展擴大其他蓋有鐵道必是嘉義縣西部發展觀光之軸線其未來發展潛力無窮。

另一方面，相關商業興起及投資意願增高，因為結合社區及政府之力量改善環境，將可促使環境品質的提升，同時優良的生活環境及社區風貌，使蒜頭至鰲鼓鐵道沿線週邊土地快速開發，商業的投資意願大增，創造就業機會也帶動觀光人潮，對地方將有直接助益。

第四節 台南縣重點建設發展計畫

一、執行中之重大發展計畫

(一)台南科學工業園區

政府為了加速促進我國高科技產業的發展，以帶動國內產業升級，行政院於民國 81 年元月核定之「國家建設六年計畫」內列明，基於區域均衡發展，新設第二科學工業園區，經過審慎研究與評估之後，於 84 年元月選定台南縣為南部科學工業園區之座落處。

台南科學工業園區共開發有一、二期基地及路竹基地，面積合計約有 1600 公頃。其中一、二期基地位於台南縣新市鄉、善化鎮及安定鄉交界，一期基地面積為 638 公頃，民國八十五年開始開發，預計民國九十四年底開發完成。二期

基地與一期基地緊鄰，面積為 400 公頃，九十一年六月進行開發，預計九十九年底開發完成。路竹基地位於高雄縣路竹鄉、岡山鎮與永安鄉交界，基地面積為 571 公頃，民國九十年七月開始開發，預計九十九年開發完成。

南科園區引進產業類型主要分半導體、精密機械、光電、電腦及周邊設備、通訊及生技六大產業，以引進注重研發為主的產品及技術為首要原則，希望研發人力及經費佔相當比例，以維持事業可永續經營，以國內沒有的技術及技術優於現有者，為優先進駐園區對象。

以目前台南科學園區發現情形而言，投資廠商有利條件是產業群聚效應已逐漸顯現，其中，半導體為主要的產業類型，IC 半導體計有 21 家，且大多是竹科知名廠商，如台積電及聯電 12 吋晶圓廠，奇美及瀚宇彩晶 TFT-LCD 五代廠，國際知名廠商康寧及設備商台灣應用材料等等...。因此，若照目前數據顯示，南科將是全世界 12 吋晶圓廠密度最高的區域。

其次是光電產業，奇美電子一、二廠已完成，三、四廠正在興建中，且相關產業正持續引進，而高達 400 億投資案的瀚宇彩晶將於近期內動工興建，無疑將使國內 TFT-LCD 產業更上一層樓，所以光電產業將會是台灣明日之星的產業。

而南科的另一項發展重點為生物科技產業，園區已經規劃 45 公頃建立生技走廊，南科現有生技廠商 14 家，有六家已在量產，申請中的有六家，另有規劃八公頃的生計核心區，將建構符合 cGMP 作業環境的生技標準廠房，以及提供未來供生醫中心進駐的空間。

(二)台灣蘭花生物科技園區

花卉消費是一個國家文化的指標之一，社會文明越進步、生活越富足安康的地區，花卉消費量必定越高，加入世貿組織後蘭花產業成為我極具全球競爭力的產業，台灣蝴蝶蘭從品種掌握、種苗生產、栽培技術、溫室管理及行銷通路都擁有極大競爭優勢，專業精細的栽培分工宛如資訊業的專業分工，足稱花卉產業知識經濟的代表。

蘭花是農業競爭力所在，代表生物技術發揮到淋漓盡致，台灣蘭花產業的缺點在於土地取得不易，缺乏整合及國際行銷的概念，但是擁有的優勢為世界一流的品種、組織培養技術及良好生長氣候。因此蘭花產業整合需要政府大力支持，

以便因應加入世貿組織後，有利提昇國際競爭力，並解決長期阻礙業界的土地及資金問題，整合現有業界基礎及優勢，建立台灣蘭花國際行銷窗口。

台南縣政府為提升國際競爭力及創造產業優勢，將結合國家資源與整合蘭花產業，特定設立「台灣蘭花生物科技園區」，且已納入政府「挑戰 2008：國家發展重點計畫」。蘭花生技園區設於後壁鄉樹安農場，開發面積預定二百公頃，經建會核定五年補助廿億元，以蘭花產品，與周邊相關產業為核心優勢產業，產業項目涵蓋蘭科作物種苗、農業生技、盆切花產品產銷、國際行銷資訊服務及蘭花生態休閒觀光。

園區內主要建設包含營運服務中心、國際花卉展示中心及大小型標準溫室等。93 年度預定公開甄選經營主體、第一期建築工程完工驗收、開發園區第二期基礎工程、完成園區第一期業者進駐等，加速園區各項建設完成及業者進駐，促使台南縣成為台灣蘭花對外行銷之窗口，建立台灣蘭花王國的地位，成為進入 WTO 農業轉型模範，這是一項拚外銷、賺外匯的國家性產業。

規劃單位簡報指出，全國蝴蝶蘭種植面積廿二萬九千四百五十七坪，雲嘉南地區就占了百分之七十三，台灣的蝴蝶蘭已具國際知名度，只要結合產官學雄厚研究基礎，台灣蘭花有能力面對荷蘭、日本及大陸的競爭，成為世界蘭花市場的主流，並帶動地區旅遊業，增加農民就業機會。

蘭花生技園區啟用後，對地方及全省花卉業者都有好處，包括能整合全省花卉業者進駐此園區，並協助花卉業者外銷；外銷花卉檢疫作業，可以由園區協助辦理；園區將協助業者申請信保基金低利貸款。

第一期規劃的標準溫室三十棟，已全部租出去；園區西側整地工程、第一期十二公尺道路給、排水工程已經完工；園區公共工程包括基地、道路、給、排水設施、景觀及公共管線、蓄水池等，營運服務中心、國際花卉展覽中心、大型標準示範生產溫室等陸續辦理開標及興建。

二、規劃中之重大發展計畫

(一)台灣博覽會

政府準備在 2008 年的七到十月舉辦「台灣博覽會」，以「科技最前線、文

明新視野」為展覽主題，結合高鐵一日生活圈，在高鐵沿線選定二個場址興建旅館、展館等會展設施，展現台灣在科技、環保、人文等多方面的實力與未來性，並配合博覽會留下國際級的展覽館。此外，辦博覽會也會讓國家整體的建設速度往前，例如漢城之前舉辦奧運，讓國家的建設提前十年，北京申奧、上海主辦 2010 年的世界博覽會，其原因也在此，無非都是想加速國家建設。

政府為了積極推動台灣博覽會的籌辦業務，將成立「財團法人博覽會協會」，在博覽會舉辦過後，展覽會會址將規劃為國際高科技企業在台灣的研發中心，提供廠商研發、商展、會議與居住的完整機能。

經濟部選出桃園縣以及台南縣擔任台灣博覽會的主展場，並且將為 2008 年台灣博覽會編列 195 億元，其中主題館預算為 86 億元，營運費及其相關費用為 58 億元，政府參展館為 36 億元，而會場設施費用則為 15 億元。台南縣政府選定台灣博覽會的主題館將設在仁德鄉沙崙站，而提出的規劃是-「綠色城鄉，永續地球」，希望以 Eco-city(生態城市)，打造 21 世紀台灣人生活環境，從台南的角度來看台灣整體。

(二)台南貨運專用機場暨自由貿易港區

台灣是以外貿為主的國家，在全球化的時代中，時間的掌握相當重要，但目前台灣缺乏一個專門的國際貨運機場，物流成本相對比別人高，競爭力就不如別的國家。台灣高產值、高科技的發展已遭遇瓶頸，無法提供充分就業，加上大陸經濟發展的速度非常快，台灣不抓緊時機利用目前還擁有的地理優勢，「全球運籌中心」將難以達成。

台南縣規劃的七股國際機場，就是以貨運為主的物流機場，並結合行政院推動的「自由貿易港區」免稅境外區新政策，推出 1,000 公頃以上的自由貿易區，成為洲際型物流機場加上大面積自由貿易區的全新配套方案。早在民國 82 年交通部運輸研究所委託法國機場顧問公司 A.D.P. 評估台灣南部國際機場，當時最後的結論是「七股」為最佳場址。

台南縣政府提出南部國際貨運機場暨自由貿易港區計畫後，曾委託英國 G H K 工程顧問公司，準備在國外招商負責貨運機場的營運，先後已有澳洲、加拿大、英國等四個國際廠站集團有興趣投資，他對在七股興建國際貨運站和自由貿易區

的前景相當看好。

台南縣政府所提貨運機場暨自由貿易港區計畫，總投資金額只要一百卅億元，採BOT方式開發，可得到占地四百五十公頃的國際貨運機場。另外還有七百五十公頃的自由貿易區，就像開發工業區一樣來招商吸引投資。目前南科投資金額達一兆元以上，設置物流空港可發揮相當大功能，除國外的招商外，國內也有很多企業可在自由貿易區內投資。

因為目前除了南科，還有路竹科、南科工、雲科等高科技產業園區，整個南部高科技產品運量將逐年成長，加上彰化縣國家花卉園區、台南縣蘭花生技園區的發展，貨運量絕對不是問題。因此，興建七股國際貨運機場，不僅可以為了直航準備，更是要建立一個南部科技廊帶的運輸中心。

(三)大台南新都心輕軌捷運系統

台南市提出的輕軌優先路線是台南火車站至億載金城，造價三十八億元，台南縣有三個方案：

■ 方案一

小東路—林森路—東門路—縣一八二—仁德中正路—高鐵沙崙站
造價二百四十七億元

■ 方案二

小東路—林森路—東門路—縣一八二—沙崙站
造價二百六十三億元

■ 方案三

小東路—復興路—大灣路—幹三之一—沙崙站
造價四十二億元。

交通部已敲定台南都會區輕軌捷運系統在內，八個輕軌優先方案，總計投資規模四百六十七億元，中央考量財政困窘，選擇造價最便宜的方案三。

其詳細的捷運路線自台南縣新化，沿台20號道路，遇高速鐵路高架橋後，轉南改走橋下道路兩側，至計畫道路幹3-1道路改轉東行，經崑山科技大學（復興路）後，穿越中山高速公路後，續行小東路至台南火車站，續接台南市輕軌運

輸系統優先路線。捷運系統全線採平面雙軌佈設，全長計 17.86 公里，共設 29 座車站（包括台南市優先路線）。加上台南市的輕軌案，經費總計約八十億元。

隨著台南縣捷運路線的通過，則有南科、永康市、新市鄉、關廟鄉、歸仁鄉、仁德鄉、新化鎮約四十萬人口受惠，加上台南市七十萬人，能帶給台南縣市一百一十萬人交通便利。

(四)台南縣農產品物流中心

台南縣為農業大縣，位居本省中南部農業生產地理中心，為了服務嘉南高屏地區農產品處理為主要考量條件，縣政府積極規劃「農產品物流中心」，爭取國際市場競爭力，而物流中心的定位是要與合作社、農會建立夥伴關係和策略聯盟，目的是幫助農民賺錢，並且建立高級品鮮果信用，其次是加工品研發與展售，增加農產次級品附加價值。

最後擇定「東西向快速道路頭社交流道南側」為此農產品物流中心之設置地點，並且選擇台南縣較具銷售優勢的主要農產品集中於處理中心，入貨後採理貨、分級、包裝、保鮮、檢疫、初級加工等處理方式，運用高科技之倉儲技術、品質管理及運輸方式，配合內外銷通路之建立，以推展台南縣農產品，其主要競爭優勢在於建立自有品牌、保有優良統一品質、加強物流配送效率及降低配送成本。

目前台南縣的芒果外銷東南亞已有不錯的成績，希望台灣能以芒果這項產品打開國際知名度。此外，如果木瓜通過檢疫後，也能開始外銷，若能完全克服東方果實蠅問題，輔以蒸熱檢疫處理設施，也能外銷歐美。

目前台南縣農產品物流中心正開發蒸熱檢疫處理中心和物流中心本體設施，面積三點五公頃。下一年度計畫將開發青果展售場、國際商務中心、包裝及加工研發中心，九十五年計畫擴大開發十公頃的休閒農場。

(五)北門鄉民間參與風力發電開發計畫

為實現台南縣政府之雲嘉南濱海國家風景區風力發電示範系統規劃構想，設置 2-3 台中大型風力機組(發電容量約 3-5MW)，發揮綠色能源風力發電系統應用示範之效果，除達到加速推動南部地區風電開發利用之目的外，同時可增加售電

及觀光收益，帶動南部地區地方經濟及繁榮。

(六)七股濕地生態園區

七股濕地是現今台灣保持最完整的濕地，濕地生態園區將開發為濕地分所、鯨豚搶救中心及養殖科技博物館，兼顧維護濕地以及觀光發展。

從北門、七股、將軍到曾文溪口等大片濕地，面積約一萬四千公頃，是台灣目前保存最完整的濕地，為避免遭到破壞，同時發展觀光，台南縣政府計畫闢為濕地生態園區。

規劃中的濕地生態園區面積約廿六公頃，計畫設立三大部分：

- 濕地分所：從事濕地研究、監測、復育等相關研究；
- 鯨豚搶救中心：因鄰近海邊便利搶救擱淺的鯨豚，劃設維生實驗區；
- 養殖科技博物館，推廣展示台灣水產人工養殖及海洋生物技術。

濕地分所，目前由水產所積極辦理中；鯨豚搶救中心，納入農委會補助的「建設大七股成為國際級的生態保育基地」計畫中辦理；養殖科技博物館朝屏東縣海生館方向規劃，預期每年能吸引上百萬人次觀光客，改善地方經濟，產業發展，創造就業人口。

三、重大建設發展計畫之效益分析

台南科學園區的一期基地預估產值可達 9000 億新台幣，員工人數可達 72500 人，二期基地預估創造 5000 億新台幣的產值，員工人數可達 54800 人，路竹基地預估產值為 5000 億新台幣，員工人數可達 52000 人。預估台南科學園區共可創造 1 兆 9000 億的產值，提供將近 180000 名的就業機會。此外，台南科學園區將可吸引海外學人約 3,000 名回國投資創業及服務，進而加速南台灣高科技產業的發展，與新竹科學工業園區共同帶動高科技產業升級。

此外，根據經濟部的估算「台灣博覽會」預計可創造 5 萬個就業機會，並訓練 5500 個會展產業專業人才。可望吸引 550 萬以上的人次參觀，門票與收入將高達 50 億元，並且帶動 546 億元的產業效益。其他效益尚包括：有利高鐵營運，增加南部觀光客，進而帶動南部總體科技產業發展。

若成立蘭花生物科技中心，則使得台灣蘭花有能力面對荷蘭、日本及大陸的競爭，成為世界蘭花市場的主流，並帶動地區旅遊業，增加農民就業機會與收入，進而建立台灣蘭花王國的地位，不僅增加外銷量，更大量賺取外匯。

同樣地，若設置農產品物流中心，更可以提昇台灣農民的利潤，因為農產品一旦成功外銷，國內供應量減少，價格自然就好，農民就有利潤，但是設置物流中心更積極的用意在於推展台南縣農產品、建立自有品牌、保有優良統一品質與提昇競爭優勢，加強物流配送效率及降低配送成本。

至於台南縣對外與對內的交通建設包括興建七股國際貨運機場與輕軌捷運，前者不僅可以為了直航準備，更是要建立一個南部科技廊帶的運輸中心。而後者能帶給台南縣市一百一十萬人交通便利。

鼓勵民間參與風力發電，不僅加速推動南部地區風電開發利用之目的外，同時可增加售電及觀光收益，帶動南部地區地方經濟及繁榮。至於七股濕地是現今台灣保持最完整的濕地，若能妥善規劃與利用，則預期每年能吸引上百萬人次觀光客，改善地方經濟，產業發展，創造就業人口。

第五節 台南市重點建設發展計畫

一、執行中之重大建設發展計畫

(一)台南市科技工業區

台南科技工業區位於台南市安南區近海地區，原本是一大片的鹽田及魚塢，因擁有特殊的溼地生態環境，所以區內同時設置「四草自然生態保護區」。科技工業區以鹿耳門為界，區分為東、西兩區，東區面積 495 公頃，西區 214 公頃，合計 709 公頃。本工業區距離台南火車站、航空站、安平海港車程約 20 分鐘，未來台南市區捷運系統已規劃經過此區。並設有捷運車站。

台南市科技工業區發展「三 C」產業為主，包含電腦、通訊及消費電子產業，並以多媒體產業製造中心為目標，同時著重於工程系統的結合，引進半導體、精密機械與自動化設備等新興工業及台南地區優勢產業。該工業區周遭的高等教育人力資源相當充沛，方圓三十公里內囊括十一所大專院校，鄰近成功大學及諸多

研發中心。經濟部鎖定以台南科技工業區為試驗工業區科學園區化的目標，期望未來證照核發能比照科學園區的模式，直接在工業區內處理即可。該工業區的主要特色如下：

1. 交通便捷

就陸運方面，本區緊鄰新台 17 線、西濱快速公路，鄰近中山高新市交流道及二高台南環線安定交流道。距市中僅五至十分鐘，與新市政中心僅七公里，洽公極為方便。

海運方面，距擴建中之安平港僅 8KM，與高雄港約距 70KM，且安平港將升為國際港並為直航港口，經貿活絡指日可期。

空運方面，至台南機場 16KM(約 30 分鐘車程)。而距高雄小港國際機場約 68KM(約 80 分鐘車程)。

2. 人力資源充足

工業區方圓 30 公里以內尚有長榮大學、南台科技大學、崑山科技大學、台南女子技術學院、中華醫事學院、興國管理學院等十一所大專院校，大專以上之人力約 16 萬人。

鄰近成功大學、漁船及船舶機械研發中心、慶齡製造技術研發中心、金屬加工實驗室、經濟部金屬工業發展中心、國科會貴重儀器使用及工程技術推展中心等服務。

3. 基礎資源完善

生產、行銷、研發並重、規劃先進，完善的基礎建設，水電供應充沛，全區以高速寬頻光纖網路連結，提供全方位產銷網路。

4. 環境優美

開放空間特色，製造強烈園區中心意象，並由中央主軸進入園區。區內有規劃完善的公共設施，交通採人車分道，並設自行車專用道，保留綠地和紅樹林渠道，設立「四草自然生態保護區」，規劃親水性活動場所，並區分為工業社區及文教區，來解決就業員工、家屬居住、教育問題。

(二)安平港國家歷史風景特定區

安平港自十七世紀世界大航運期間即浮現於國際歷史舞台，近四百年來，見證了台灣豐富的時空變遷，可謂台灣歷史之原點，曾經是荷蘭人的貿易堡壘、明朝鄭成功的王城、清朝的軍事要塞、洋行的通商口岸，以及日本殖民產業(鹽、漁業)的基地。安平亦是台南市的起源，向東延伸的港口水脈，成就了台南市的都市特質。

安平的民居聚落倚港口及運河水域逐漸形成，源自討海生活對信仰的依賴，衆多廟宇及廟埕對安平聚落空間發展具支配力量。隨著泥沙淤積、產業形態轉移，安平由熙攘通商口岸靜澱為區域性的漁事村落。數百年歷史的街巷尺度與水紋記憶相互對應，成為安平最珍貴的空間底蘊。

近年來由於產業凋零及缺乏適時適當的政策，安平面臨了發展的瓶頸，同時最重要的空間文化資產大量破壞及流失，面對現狀困境及長久的積病，尋求解決之道，安平港國家歷史風景區計畫正是在此背景下因應而生的。

由於人口的老化與外移、傳統產業的衰退，導致了港鎮發展停滯，另一方面，缺乏適當而有效的規範機制，豐厚的歷史與文化資產在消極的保存政策下，逐漸破敗凋零。針對這兩大課題，安平港國家歷史風景區計畫的基本策略就是將此兩大課題結合為一個彼此互動的主題，而發展出能相互助益的發展機制。

安平港國家歷史風景區代表開台歷史的場景，計畫範圍約四百多公頃，經費三十億元，九十二年分六期辦理，包括六個主題的十四處分區。歷史核心區包括古堡洋行公園、億載金城歷史景觀區；自然區包括水域生態保育公園、歷史水景公園、海濱遊憩公園；社區包括重劃住宅區、漁光里社區；地方產業區包括活魚儲運中心、漁業碼頭；文化區包括文化會展園區；遊憩區包括港岸旅遊區、灘岸旅遊區及遊憩碼頭。

安平港國家歷史風景區計畫的中心目標就是再現這個台灣歷史第一現場的環境主題，它是「挑戰 2008」國家重大計畫之一。在此主題下，有歷史保存、自然保育、社區發展及地區經濟四大工作領域，總共 15 個工程項目。「遊憩碼頭」的重新開發即為其中最重要的一項先期觸媒性子計畫，其主要目標是將舊有漁市碼頭轉型為重要的親水遊憩空間，改善整體環境品質，並展現豐厚的歷史內

蘊。

安平港國家歷史風景區將成台南市第一個以「特定區」規劃都市計畫區，該計畫整體規劃安平港周邊地區，將安平舊聚落內的歷史遺跡、廟宇、古堡、砲台等文化資產，與安平港優越的親水空間結合串聯，將打造安平港成為集親水遊憩、商業、藝術、文化、知性融合的國際性綜合港灣，而安平古堡周邊聚落將成為歷史景觀專用區。

本計畫初步規劃為古堡及洋行公園、歷史水景公園、歷史聚落維護、堤岸綠帶、安平新都心、港濱公園、景觀休閒住宅區、活魚儲運中心、漁業碼頭、文化會展園區、遊憩碼頭、港岸旅遊區、灘岸旅遊區及交通轉運複合中心等分區發展計畫，將配合都市計畫內容。安平古堡周邊北至安北路、南至運河街、西至古堡街、東至平生路共十九公頃範圍，列為安平聚落歷史景觀專用區，區內房屋新建、改建、增建都要依都市計畫準則規範申請才能動工。漁光島原本規劃為旅館及觀光專區，原有民宅、蚊帳寮、學校等都將拆遷，但里民反彈，不希望搬遷，經磋商市府同意改為文教區規劃，民宅、瑞復益智中心、學校等應保留，將不強制拆遷。

二、規劃中之重大建設發展計畫

(一)安平港自由貿易港區

安平自由貿易港計畫的緣由是配合「挑戰 2008 國家重點發展計畫」中設置「自由貿易港」。台南市府結合安平港、台南機場、安平工業區，計畫於安平港南側的農業用地，以「境內關外」原則畫設自由貿易港區，及因應貿易港區產業所需的住商用地六十五公頃，作為兼具貿易、物流、觀光旅遊的自由港。區內的土地使用與區位規劃作業。

台南市政府並且成立「安平港自由貿易港區推動委員會」，成員包括產官學界，為爭取規劃時效，以配合行政院自由貿易港政策立法，讓安平港繼香港之後，在兩年後成為亞洲另一個自由貿易港，帶動南區經濟發展，屆時將為台南市帶來無限商機。由於安平自由貿易港的成立，台南市南區建設將凌駕台南市各區。

自由貿易港區的計畫範圍為濱南路以西之農業區土地及部分港埠用地，全區面積約為 120.54 公頃，擬採區段徵收方式開發，配合辦理都市計畫變更後，港

區面積約為 34.37 公頃，公共設施負擔比率約為 37%，其中業務設施專用區面積達 37.98 公頃，商業區土地面積達 21.86 公頃，占全區面積 49.6%。將透過區段徵收方式取得近 35 公頃自由貿易港區腹地，港區包括國際村、住商綜合區，以及完整道路系統；同時，安平港區健康路三段底將設置國際遊艇碼頭。

行政院已規劃高雄港為自由港，安平港由高雄港務局進行港灣擴建工程，預定九十三年完工，台南市爭取安平由綜合觀光港變成自由港，正好趕搭列車，希望能同時宣布安平港自由貿易港區啟用。此外，未來閒置的安平工業區、黃金海岸開發可望帶動更大商機，自由貿易港區是自由通關、免稅，帶動地方經濟發展有極大助益。

(二) 台南鐵路地下化暨捷運化計畫

交通部於 88 年完成「台南市區鐵路地下化綜合規劃報告」，工程範圍自中華陸橋南側約三六〇公尺至生產路南約一. 四一公里止，長七. 五五公里，即柴頭港溪以南一百公尺，在聖功女中西側開始，南至生產路以南約一點四公里處止。為因應未來高鐵通車台鐵轉型，充分運用既有軌道運輸資源、強化都會區通勤運輸捷運功能，行政院已於 92 年 1 月 21 日核定「台鐵都會區捷運化暨區域鐵路先期建設計畫」。並且納入行政院五年五千億特別預算，約需近三百億元經費，工期五至六年。除了現有火車站改建外，將設臨時車站，並規劃在台糖公司研究所恢復「南台南」車站。火車站附近的北門路、前鋒路、東門路間將設火車站特區，將落後的站區規劃商場、綠帶、停車場等，屆時街景將大為改觀。

事實上，台南市鐵路地下化從十年前就開始在談，中央原本因經費困窘，無法將台南市鐵路地下化政策優先考量，在台南市已經有許多人放棄，不再期待，現在因有了五年五千億建設計畫，台南市才分到鐵路地下化的一杯羹。台南市鐵路地下化方案確定，市政府計畫市區輕軌與地下化後的台鐵共軌，銜接高鐵沙崙站，使軌道運輸形成完整系統。

鐵路地下化將是台南市最重大的交通工程，影響層面廣泛，對鐵路沿線周邊居民及地主的權益，土地如何取得，都發局應速舉行公聽會及說明會，廣徵民意。

台南捷運系統共規劃四條路線，因應高鐵興建動工，台南市區到高鐵台南站的「紅色」路線將優先興建，提供旅客高水準之接駁運輸服務，可望於民國九十

三年與高鐵同時完工營運。

台南捷運系統經初步規劃完成，路網全長七十二點三公里，其中高架段長四十五點六公里，地下段長二十六點七公里，全線佈設四十七個車站（含四個轉運車站）。包括紅線、綠線、藍線及科學園區延伸線，其中「紅線」服務台南市安南區至高速鐵路台南站，共十五站，全長二十三點公里；「綠線」服務台南縣新化至南市南區之運輸走廊，全長十六點六公里，採地下型式，佈設地下車站十三處；「藍線」服務台南縣安定至南市安平區之運輸走廊，全線均為高架型式，路線全長二十點四公里，佈設有十五處車站；「科學園區延伸線」則為服務科學園區至新化之運輸走廊，全長十一點六公里，共六站。

台南捷運計畫總成本約需一千四百六十二億元，分二階段完成，由於經費龐大，高雄市剛要開始興建，台中市還沒有動靜，使得台南地區的民衆對捷運何時動工，並不寄予厚望，認為是畫一塊大餅，遙遙無期，卻因高鐵台南站的帶動，勢必要興建紅色路線，如果沒有捷運配合，高鐵台南站很難營運。

高鐵台南站設在仁德鄉的沙崙，距台南市尚有一段距離，目前交通部高速鐵路工程局所規劃的台南都會區大眾捷運系統，其中高鐵台南站連絡南市紅線捷運系統，將優先興建，路線是由高鐵台南站往北以高架方式穿越高速公路仁德交流道，隨後逐漸往地下，沿東門路往西至林森路轉北至大學路，並以共站方式，穿過將改為地下化的台鐵站，沿成功路銜接海安路後往南至地下街路段。

(三)台南歷史首都風貌重建計畫—台南運河再生計畫與府城生活博物館園區

台南運河自 1926 年完工至今，整整陪伴台南人走過了七十多年的歲月，並留下無數人美好的回憶。為使運河能起死回生，將以都市空間與環境景觀作整體性詳細的規劃，藉由環境景觀來改善運河未來的命運重新牽動府城的夢。

台南市都市發展局爭取中央三年三千億擴大公共建設經費，整治台南運河，吸引觀光客，為地方帶來商機。台南市政府認為只要運河重整為觀光藍帶，將有效提升府城商機。運河再生計畫包括水上觀光、景觀橋梁營造、運河清流、交通整建、沿岸景觀塑造及都市計畫變更，至少需要十二億元經費。

台南運河是全台唯一內陸運河，陪伴府城人民見證歷史興衰，市民對運河都

有濃厚情感，開闢運河藍帶，可向綠水文化觀光城邁進。所以，運河整建占台南市都市景觀改善重要地位，運河清、可行駛遊艇，能有效帶動台南觀光商機。許多外商多認為台南運河環境有待改善，市府只要爭取到這筆十二億元預算，即可疏浚運河、建橋、塑造景觀，重現「一府、二鹿、三艋舺」的「一府」風光。

另外，台南市政府原本規劃的「古都生活博物園區」正名為「府城生活博物園區」，與台南運河再生計畫列入「台南歷史首都風貌重建計畫」。

台南市府將台南定位為台灣的「歷史首都」。府城生活博物園區除了與台中市古根漢博物館取得南部平衡外，並以城市生活博物館模式設立一處能彰顯台灣本土文化的博物館。

生活博物園區將結合古蹟與歷史建築、老街、文化產業，仿效歐洲希臘、羅馬等古都，觀光客至台南，可藉由逛府城生活博物園區，如讀一部近代史書，了解台灣歷史。

博物園區包括赤崁文化園區、五條港歷史街區、孔廟文化園區、府城城垣意象再現、城東歷史區風貌改善、園區配套等六項子計畫，全部經費十八億元。自93年起五年間，將由中央政府列入五年五千億計畫，推動府城生活博物館園區整體之發展，重建恢宏台灣第一古城之府城地位。

(四) 規劃成立台江國家公園

內政部營建署國家公園委員會92年12月18日審查通過成立台江國家公園，範圍為曾文溪以南，鹽水溪以北，另納入安平港國家歷史風景區及臨海岸線一公里區域內海域，總面積約四千多公頃。短期面除配合中央推動挑戰2008國家發展重點計畫之雲嘉南濱海風景區，長期面將積極向中央爭取設置國家公園以達觀光客永續倍增之目的。台江公園有豐富的人文、歷史及生態資源，絕對有條件點石成金，成為舉世無雙的藍寶石。

台南市四草地區，原為台江流域，北以曾文溪縣市界，東至台十七號公路、南鄰鹽水溪南岸，西至海岸線及一定距離之海域，不含海域面積約五千公頃，其自然生態和人文歷史各榮獲多項「台灣之最」，屬於自然生態的六項分別是，紅樹林和野生蘭花混生的海岸防風林、台灣僅見的兩種反嘴行鳥科鳥類、東南亞最大的水鳥保護區、2002年有一百多隻黑面琵鷺棲息、全國唯一「高蹺行鳥繁殖

保護區」、最齊全的三科四種紅樹林。

屬於人文歷史的六項分別是，全國唯一埋葬荷人與海賊之役等官兵骨骸之墳塚「海靈佳城」、1627 年荷蘭「四草海堡遺址」、列為三級古蹟的鎮海城砲台、東南亞最大的寺廟宮殿建築、台灣第一條古運河「竹筏港」等。

台江國家公園的規劃具有兩個特色，一是台灣的科技中心，二是工業區綜合野生保護區，而該如何整合科技與生態將是台灣進步的表徵，可讓附近觀光業興盛，帶動經濟繁榮，宣揚台南古蹟之美。

三、重大建設發展計畫之效益分析

台南市科技工業區將可提高總就業人口數，預估工作機會約為六萬人。台南市政府曾經大力爭取降低台南市科技工業區土地租金，進而引來十二家廠商設廠並雇用一千二百多名市民，台南市勞工局運用行政院勞委會的永續就業工程計畫雇用失業市民上千人，有效明顯降低台南市的失業率。

安平港國家歷史風景區是台灣迎戰 21 世紀國際競爭的規劃案，將把這個台灣第一古都的水岸城市，打造成為「台灣文藝復興的基地」，並帶給台灣新生命。安平港國家歷史風景區有助於活絡台南市的文化觀光產業，再加上周休二日帶動的觀光人潮，創造不少就業機會，將可以有效緩合其他產業不景氣帶來的失業率。開創府城為兼具觀光和遊憩的新樂園，結合安平港濱公園及安平的超大型博物館，可望為府城帶來每年百萬的觀光客。此外，透過安平自由貿易港區的設置，對於安平港及安平工業區發展，在區域經濟與整體競爭力、地方產業經濟與整體都市發展均具有正面效果。

台南鐵路地下化計畫將會撤除途經七個平交道，全面改善市區東西向交通擁塞的現象，進而解決沿線七所學校、居民難以忍受交通擁擠及噪音問題。至於鐵路新生地再利用可提供包括停車場、道路、綠帶、公園及商用用途，進行都市發展與都市更新，是台南市整體發展的契機。藉由構建輕軌運輸系統可達到改善市區道路及發展綠色交通的目的，活絡舊市區商業街，並有助安平港之發展與創造輕軌捷運無障礙環境。

整治運河帶來的效益將可以恢復全台獨一無二的運河歷史光華，河道通水斷面增加，增加其親水性，運河藍帶將成為台南市觀光重心，進而開創運河觀光遊

憩資源，使運河成為台南市的新地標，成為休閒及觀光據點，重新創造府城觀光商機，同時帶動運河地區之繁榮與再發展，及五期新市區和安平港國家歷史風景區的發展。

建設府城生活博物館園區使得歷史性的文化資產，由「殘蹟」保存進而邁向再生、再利用的保存方式，成為都會發展的特色。並且促進台南府城核心區域商業繁榮，使之成為一個兼具歷史、人文、休閒、消費的生活博物館園區觀光勝地，加上科工區科技中心的開發，並結合成大大學城，未來台南市不只是歷史古都，還會成為國際新都市。

第六節 相關重大建設發展計畫對區域發展與嘉義市之衝擊

中南部縣市重大建設主要聚焦於生物技術發展以及開發觀光休閒產業，本節主要由「產業型態」、「人口成長」及「城鄉發展」三個層面探討臨近縣市重大發展建設對於區域與嘉義市的衝擊。

一、對區域發展之衝擊

彰化縣的國家花卉園區、中部科學園區雲林基地、大埔美香草藥草園區與台南科學園區、蘭花生物科技園區將於西部走廊形成帶狀的生物科技園區，對於台灣生技產業的發展注入一股新力量，尤其是國家花卉園區與中科雲林基地皆位於高鐵經過之高鐵特定區內，而台南科學園區則鄰近高鐵車站，經由高鐵便捷的交通聯繫，將促進生技產業群聚的效應，吸引生物科技公司於該區域投資設廠，不僅提供眾多就業機會，也促進彰雲嘉南的產業升級。

此外，故宮南院落腳於嘉義縣，將可提升嘉南平原整體產業和替未來經濟帶來一片榮景，可想見以太保為中心，方圓二十公里約一百萬人口，涵蓋雲林、嘉義縣市及台南縣均同蒙其利。此外，配合台南市的安平國家歷史風景區之設置，再加上周休二日帶動的觀光人潮，勢必形成中南部新的觀光動線，有助於發展雲嘉南地區的觀光休閒活動，讓「無煙囪」工業成為中南部的重要產業活動之一。

進一步而言，中南部五縣市(彰化縣、雲林縣、嘉義縣、台南縣、台南市)於

已執行中與未來規劃上的重大建設，對於區域發展層面上的衝擊和所產生的綜效，以下將以「產業型態」、「人口成長」及「區域發展」等課題，做進一步的分析如下：

(一) 產業型態

以彰化縣、雲林縣、嘉義縣、台南縣、台南市在執行中與未來規劃上的重大建設，整理可見下表 3-1：

表 3-1：五縣市重大建設規劃

縣市別	重大建設項目	執行進度	產業類別
彰化縣	國家花卉園區	執行中 (91 年~96 年)	生技
	田尾公路花園	執行中	觀光
	王功觀光漁港發展計畫	規劃中 (91 年~94 年)	觀光、漁業
	八卦山風景區	規劃中 (規劃籌設中)	觀光
雲林縣	離島基礎工業區	執行中 (80 年~85 年)	工業
	中部科學園區雲林基地(農業生物科技園區)	執行中 (92 年~迄今)	生技
	西螺大橋觀光文化園區	執行中	觀光
	觀光砂谷多功能度假園區	規劃中 (規劃籌設中)	觀光

	斗六工業區—絲織專業區	規劃中 (規劃籌設中)	工業
嘉義縣	故宮南院	執行中 (預定 97 年完工)	觀光
	香草藥草生技園區	執行中	生技
	北迴歸線天文廣場	執行中 (93 年中完工)	觀光
	蒜鰲鐵道再生計畫	執行中 (93 年中完工)	觀光
	高鐵太保特定區	執行中 (91 年~94 年)	生技、觀光
	新港養生園區	規劃中	生技、觀光
台南縣	台南科學工業園區	執行中 (85 年~94 年)	生技、光電
	台灣蘭花生物科技園區	執行中 (92 年起)	生技
	台南縣農產品物流中心	規劃中	生技
	七股濕地生態園區	規劃中	觀光、生技
	輕軌捷運系統	規劃中 (93 年~100 年)	交通

	貨運專用機場暨自由貿易港區	規劃中 (規劃籌設中)	交通
	貨運專用機場暨自由貿易港區	規劃中 (規劃籌設中)	交通
台南市	台南市科技工業區	執行中 (預定 93 年年底完工)	3C 電子
	安平港國家歷史風景特定區	執行中 (92 年~98 年)	觀光、文化
	安平港自由貿易港區	規劃中 (規劃籌設中)	交通、文化
	台南鐵路地下化暨捷運化計畫	規劃中 (93 年~100 年)	交通
	台南歷史首都風貌重建計畫	規劃中 (規劃籌設中)	觀光、文化
	成立台江國家公園	規劃中 (規劃籌設中)	觀光、生技

由上表可得知，在五縣市已執行和未來規劃上的重大建設，均明顯的以「觀光」和「生物技術產業」為主要發展的方向。也確定了未來此區域的產業型態。而進一步分析可知，生物技術產業在發展上亦有不同的發展重點，同時因應了行政院為促進我國經濟持續成長，在「挑戰 2008：國家發展重點計畫」中，於生物科技發展計畫項目之中規劃「農業生物技術」、「製藥與生物技術」以及「基因體學」等三項國家型科技計畫。

在彰化縣所發展的國家花卉園區及雲林縣的農業生物科技園區、台南縣的台灣蘭花生物科技園區、七股濕地生態園區之養殖業發展計畫，均是生物技術產業中有關「農業生物技術」的發展範圍，大幅提昇了農畜、花卉產品的附加價值。

嘉義縣的香草藥草生技園區、台南縣的台南科學工業園區，皆與「製藥與生物技術」和「基因體學」等生物技術產業的領域有關。而嘉義縣未來所發展的新港養生園區與高鐵太保生技特定區，屬於生技產業鏈中下游結合服務提供給消費的產業發展之一。從以上分析可大致得知，此區域在生技產業發展中主要依照其縣市內既有資源與結合地方特色所發展出不同方向與定位的生技產業。由於切入生技產業領域的範圍不同，區域內並不會因此產生相互抵消與競爭的效應，而是朝向多元與資源整合的方向發展。

在上表中另一產業型態發展特色乃是「觀光產業」。由於觀光業又有「綠色工業」之稱，不但強調無污染，對地方風土文化的發揚亦有順水推舟之功效。因此，發展有特色的觀光產業將是 21 世紀台灣產業發展的共同趨勢。彰化縣擁有結合花卉生技產業的田尾公路花園、八卦山風景區，雲林縣的西螺大橋觀光文化園區、未來將開發的多功能度假園區，嘉義縣具有結合文化與觀光的故宮南院計畫、北迴歸線的天文廣場、鐵道再生計畫和未來結合生技服務的養生園區，台南縣的七股濕地生態園區、風力發電區的景點，台南市則強調台灣文化的國家歷史風景特定區、台江國家公園等，可預見未來此區域產業結構的另一特色，所帶來的觀光人潮與商機，亦是對此區域發展而言，有重大的影響。

以短期而言，產業型態的改變與紮根未深，主要的影響在於局部的就業型態與人口的改變，生技產業需要專業的生物技術人才，以發展「農業生物科技」為主的彰化、雲林、台南，均以原來的農業人口為基礎，專業技術因計畫性的發展而提升，至於「製藥與生物技術」與「基因體學」則有賴該區域學術單位與產業的合作研發，在短期內較難以顯現具體成效，在觀光產業方面，亦尚有待宣傳觀光的重點與特色。

就 3 至 5 年的中期發展，此六縣市的區域發展，將有明顯的定位與進展，以觀光產業而言，將因持續性的宣傳累積出知名度，也提升了各地觀光的特色重點。此外，高鐵興建完成的交通之捷，將吸引大量的觀光人潮。鄰近高鐵車站的特定產業發展(例：嘉義縣的高鐵太保特定區)將能進一步茁壯發展。在生技產業

上，也因時間的累積有一定的產能，尤其就原本國內發展已具有優勢的農業生物技術方面。因此，建立具有一定規模的產能與市場是此階段的發展重點。

而五年以上的長期發展，因各縣市的產業已具有一定的規模基礎，區域性的綜效將是長期發展的重點，如何利用區域間彼此優勢互補與特色重點，提升產業國際性的升級發展。例如，生技產業的產品不僅提供內需，也能進一步提供至國際市場。觀光產業集體帶動的台灣西部觀光走廊，除了提供國內新的旅遊動線選擇，也提升了台灣在國際觀光上的競爭力。

（二）人口成長

重大的發展建設將造成區域性人口與結構的改變，可能造成人口的遷移，對於區域之間人口的成長亦有影響。由於生技與觀光皆是未來發展上深具潛力的產業型態。因產業發展所提高的就業人口與就業型態比例的改變，使得人口成長與密度隨之改變。同時，這些重大建設帶動的觀光人潮將使得地區的經濟發展繁榮，並增加該區域的就業人口。

此外，不同的產業型態，也可能造成該地人口的結構改變，以嘉義縣目前所規劃的高鐵太保特定區及新港養生園區為例，若未來發展照顧服務產業，則因外地及本地所遷徙而來的老壯年人口也將增加。

由於該區域發展的建設主要以觀光及生技產業為主，所以，因觀光產業帶來的流動人潮將會明顯增加；但此區域在人口結構上的改變，以三年內的短期而言，主要差別在於發展產業建設時所吸引而來的外地就業人口，但進入三至五年的中期及五年以上的較長期階段，這些就業人口及其眷屬可能因工作與事業的需要而長居於此。另外，因發展照顧服務產業而遷徙的老年人口也會增加。

（三）城鄉發展

隨著國內週休二日的實施，以及現代人對於休閒及健康的觀念重視，這五縣市所發展觀光及生技產業，乃適宜並符合市場未來的趨勢潮流。由於交通建設的便利可促使產業發達，近年因高速鐵路沿西部縣市的興建，許多縣市未來發展的產業，其地理位置多與高鐵車站鄰近，因此產生產業聚集的效果。而且區域內各縣市的觀光產業因交通便利所帶動的觀光人潮，也使得相關的就業人口收入提高。

由於彰化縣、雲林縣、嘉義縣、台南縣、台南市在早期發展時，多以農業等第一級產業為主，生物技術的導入，不僅將農業精緻化，也使得該區域原有的農業優勢及農畜產品更具有競爭力，而非被取代。製藥業及基因體學等生物技術的研究發展，將使得生技產業的範圍延伸至醫療及生命科學的領域。

觀光產業所帶動的不只是休閒娛樂的層面，台南市所發展的安平港國家歷史風景特定區、台南市歷史首都風貌重建計畫、嘉義縣的故宮南院等建設，對此區域發展而言，不僅是保存文化特色也具有教育和文化傳承的更深一層意涵。

由以上分析可知，重大建設的發展將直接地造成此區域間城鄉發展的結構改變。除了原有既定的城市規模，如台南市及各縣原有的城市發展。將有新城市因產業聚集或因交通發達而興起，例如，嘉義縣的太子市(高鐵太保特定區)。城市發展將因產業型態與人口聚集、交通便捷而有所變動。

就三年內的短期而言，城鄉間的發展、地貌與人口的變化空間有限，因此城鄉間的發展差距並不會有重大的改變。但經過三至五年的中期之後，因產業型態逐漸成型與人口結構的改變、交通建設的發展、就業機會增加等因素，城鄉間的差距與發展將擴大。而五年以上的長期變化，城市間發展的特色及重心也將有更明顯的不同，彼此地域間的繁榮範圍將會擴大。

二、對嘉義市之機會與威脅

中南部五縣市(彰化縣、雲林縣、嘉義縣、台南縣、台南市)在已執行中與未來規劃上的重大建設，對於嘉義市未來發展所造成的衝擊和產生的綜效影響，下列將以「產業型態」、「人口成長」及「城鄉發展」三個層面進行分析。

(一) 產業型態

1. 短期分析

就生技產業而言，中央政府於彰化縣設置國家花卉園區，並且於嘉義縣設置大埔美香草藥草生技園區，對於嘉義市的花農勢必造成衝擊，尤其是彰化縣的主要產業向來以花卉產銷為大宗，已經達到相當規模，就花卉產業而言，已經於彰化縣形成群聚效果，更是削弱嘉義市在花卉產業的競爭力。

同樣地，嘉義縣開發香草藥草生技園區以及台南縣蘭花生物科技園區皆是屬

於農業生物科技方面的應用，隨著臨近縣市生物科技的發展逐漸形成生技產業的群聚現象，而嘉義市地理位置恰處於這兩個縣市中心，加以嘉義市服務產業人口衆多，短期之內，嘉義市將會慢慢朝向生物科技產品的中下游應用層面發展。

就基礎工業發展而言，嘉義市臨近縣市之雲林縣目前有斗六科技工業區、離島基礎工業區，嘉義縣則有民雄、頭橋等工業區，這些工業區可視為雲林、嘉義地區產業發展基礎。雲林離島基礎工業區主要發展石化產業上游原料的供應，而雲林、嘉義相關工業區配合引進石化下游工業，將會建立完整石化工業體系。經由上述分析，發現嘉義市受限於土地面積，不可能開發出大型的工業區以利發展基礎工業，導致就業人口外移至雲林縣與嘉義縣，而廠商將會減少在嘉義市的投資設廠，進而轉向雲林縣與嘉義縣發展。

觀光休閒產業方面，故宮南院不但能繁榮嘉義縣的觀光與產業，同屬大嘉義生活圈的嘉義市，故宮南院也能成為帶動嘉義市繁榮的契機。故宮南院、阿里山，與嘉義市的人文、藝術、美食、住宿、賣場，將成為大嘉義地區的整體觀光線，尤其嘉義市傳統的產業活動以服務業為主，隨著觀光人潮的湧入，增加嘉義市就業人口的數目，活絡嘉義市固有的服務產業，此外，嘉義市具備特色的文化園區、精緻化的活動，以及博物館、鐵道藝術村、國際管樂節、美感角落，與石猴、交趾陶等多項文化觀光產業，嘉義縣市共存共榮的商機可以預期。因此，以第三級服務產業為主的嘉義市，服務業發展相當成熟，進而帶動嘉義市發展觀光休閒產業的優勢性。

2. 中期分析

透過高速鐵路串連起西部走廊的生技產業，嘉義市可以朝向生物技術相關中下游產業發展，藉此西部走廊將會形成完整的生技產業供應鏈。嘉義市生技產業之應用層面之發展已經大致成熟，並且努力發展生技中下游產業，譬如經由彰化的國家花卉園區與台南的蘭花生技園區，嘉義市可以發展插花藝術，再者，透過雲林中科園區與南部科學園區對於生技的研發，將有助於嘉義市發展養生照顧產業，這些生技園區所開發的健康食品與生技藥品，不僅可以照顧嘉義市民的健康，也可以增進年長者晚期生活的品質。

透過嘉義市發展中下游生物科技產業，讓生物科技產業形成一個完整的供應鏈，嘉義市不僅是生物科技產品的應用中心，也逐漸形成一個生物科技產品的交

易中心。原因在於嘉義市藉由地利之便，其臨近縣市皆發展相關生物技術產業，透過嘉義市的連結，嘉義市將成為生物科技產品的「集散地」，不僅上游供應商提供多樣性的生物科技產品，顧客也會來到嘉義市尋求所需的生技產品資源。

3. 長期分析

隨著觀光休閒產業的發展與生物科技交易重鎮的成形，嘉義市逐漸形成「健康城市、溫馨家園」之都市，國人假日來到嘉義市將結合保健與觀光旅遊兩種目的，不僅讓內在心靈獲得休息，還可以獲得外在身體的保健，即是所謂的「身心都健康」，嘉義市將成為國人眼中名符其實的「健康都市」。

(二) 人口成長

1. 短期分析

嘉義市臨近縣市重大建設發展將會造成該區域內人口的遷移，對於人口的成長亦有影響，透過高速鐵路聯繫城鄉之間，亦便利人口的社會遷徙。台灣區域發展現況中，中南部各縣市於政經發展、產業發展或是社會藝文活動上，皆集中於該區域的大都市；而透過各種重大建設與發展將對這種集中化的現象有所改變，進而影響區域人口的數量、結構與分佈情況。

隨著「太子市」逐漸的成形，嘉義縣市外來人口也隨著增加，然而，「太子市」發展初期所提供一般民衆的交通、教育、消費等資源方面並不夠充足，因此，短期方面，來到嘉義縣市的外來人口還是會選擇生活機能完善的嘉義市定居。尤其嘉義市與太保、朴子車程約莫三十分鐘以內，對於通勤的上班族而言，所耗費的時間成本尚屬可以接受的範圍之內。短期分析而言，嘉義市將隨著嘉義縣重大建設的開發而吸引更多市民，這些增加的人口絕大多數將會是具有工作能力的青壯年為主。

2. 中期分析

嘉義市的休閒觀光產業與中南部臨近縣市串連成新的觀光動線，因此，將會吸引不少外地觀光客到嘉義市消費，所以，除了原有嘉義市居民之外，例假日來到嘉義市的流動人口數量應相當可觀。此外，太子市也發展至一定的規模程度，其生活機能逐漸完善，導致外來就業人口之居住地不再以嘉義市為首選，進而造

成嘉義市的人口成長趨緩。

3.長期分析

長久以來，嘉義市一直都是嘉義縣市的主要門戶與消費中心，原因在於，嘉義市不僅有鐵路經過，也有高速公路交流道，但是，第二高速公路與高速鐵路相繼開通後，外地往返嘉義縣不必然透過嘉義市轉運，尤其是嘉義地區的高鐵車站座落於太保市，加以故宮南院的規劃，且太保與朴子將合併成為「太子市」，勢必成為嘉義的新都會區，等到該都會區的生活機能足以媲美嘉義市的時候，不僅外地來嘉義縣工作的人口選擇太子市為其落腳處，而且可能導致嘉義市人口外移至嘉義縣，使得嘉義市人口數減少。

(三) 城鄉發展

1.短期分析

短期而言，雖然嘉義縣市日後可能具有雙都會區，分別是嘉義市與「太子市」，進而帶動該區域鄰近鄉鎮的發展。但是，初期太子市生活機能並不完善，嘉義地區的商業活動中心仍然以嘉義市為主。然而，嘉義市受限於土地面積，要發展大型重工業的機會渺茫，透過休閒觀光產業的發展，以及開發生物技術中下游產業與應用，嘉義市依然可以保有第三級產業的優勢性，仍為嘉義縣市的消費中心之一。

2.中期分析

隨著嘉義縣高鐵的開通與故宮南院落成，加以嘉義縣太保與朴子整合成「太子市」，進而發展為新興的都會區，向來以嘉義市為商業活動中心的嘉義縣，其商業活動重心將會慢慢移轉至太子市。嘉義地區也逐漸形成兩大型都會區，即是除了原本的嘉義市，尚有太子市。

3.長期分析

由於嘉義地區有兩地都會區，加以產業發展成熟，工商活動熱絡，將吸引臨近縣市來到嘉義地區消費，不僅兩大都會區持續成長，更帶動都會區鄰近鄉鎮的成長，使嘉義地區獲得整體的充分發展。

第四章 嘉義市發展現況與特有資源分析

本章特別針對嘉義市進行相關現況發展與特有資源之資料整理與分析，資料蒐集方式與涵蓋範圍包含嘉義市各公部門、主計單位、工商發展及其它次級資料。依序分別說明(1)嘉義市發展現況(包含自然、人口分布與結構、人力資源現況、家庭所得與家庭收支情況)；(2)嘉義市之工商發展(含臨近地區)；(3)嘉義市之特有資源分析(包括醫療、文化、學術、觀光資源)。

第一節 嘉義市現況發展分析(公部門統計資料)

嘉義市地處台灣中南部，今年更逢諸羅建城三百週年，是一有悠久歷史之都市。以下分別整理嘉義市之自然資源情況、人口分布與結構、人力資源現況、家庭所得與家庭消費及儲蓄…等情況。

一、自然資源分析

(一) 地理位置

嘉義市位於台灣西南部嘉南平原北端，北迴歸線經過嘉義市附近，東西寬 15.8 公里，南北長 10.5 公里，面積 60.0256 平方公里，四面與嘉義縣相鄰，是台灣地區土地面積最小的縣市。同時，亦為台灣地區少數未與海域相鄰之縣市之一；在全市的地形上除東邊一部份屬竹崎丘陵地帶外，其餘均為肥沃之平原，地勢由東向西緩降，地形平坦廣闊，唯位於嘉南平原之梅山斷層地帶邊緣，而史料記載，嘉義市亦曾有數次大地震造成嚴重的災害，因此未來在空間規劃及大型公共設施的設置方面，應特別注意地震災害分布之區位，以事先做到空間的防範減低可能帶來之天然災害。

(二) 地形

國內學者大致將台灣地形劃分為 7 個部份，係中央山系、海岸山脈、大屯山山彙、山麓丘陵區域、開拓台地區域、平原谷地區域及東部火山島嶼等。由此 7 個部份又可劃分為若干分區，而嘉義市便隸屬於平原谷地區域之嘉南海岸平原。嘉義、台南海岸平原，簡稱嘉南海岸平原，位於本島西南部北自彰化，南迄高雄，長 170 公里。南北兩端尖端，中部較寬廣最寬處為濁水溪之下游地段，東西寬

約 40 公里。此平原東臨山麓丘陵地帶，平原之東緣部分海拔四、五十公尺，平原西面成一平緩之斜坡，平原中部斗六、嘉義諸地區，地面坡度為八百與一至一千與一之比。嘉南海岸平原之河流發育有先後，其先者為先成河，即濁水溪、曾文溪，發源自中央山脈及玉山，源遠留長發生時期甚早，嘉南平原形成以前即已存在，河床廣闊，上流帶來之沖積物甚多，下游之堆積現象顯著，其後者為嘉南平原成立以後之順向河，此等河流皆係來自山麓丘陵地帶，或僅在平原之東側邊緣部分地區者。如朴子溪、八掌溪、二層行溪等，源自山麓丘陵地帶，北港溪、急水溪及其他較為微弱之河流則來自平原之邊緣部分。

(三) 水文

表 4-1 顯示主要河川為八掌溪、朴子溪，均發源於中央山脈，分別流經嘉義市南、北面，形成與嘉義縣之天然界線；嘉義市地下水並不豐沛，主要係因嘉南平原地層乃由極細之淤泥及粘土組成，含水性差，主要用水資源為引用八掌溪之蘭潭水庫、仁義潭水庫。同時，由表 4-2 之統計資料顯示這些主要河川之污染程度都相當高。因此，未來市、縣間要如何共同合作為改善水資源品質而努力應是兩府主管機關亟需共同討論與解決的問題之一。

表 4-1：嘉義市內河川地

名稱	區域面積(平方公里)	長度(公里)	發源地	污染程度(%)
八掌溪	474.74	80.86	奮起湖	79.7
朴子溪	400.44	75.67	芋菜坑	86.5

資料來源：都市及區域發展彙編，民國 87 年 12 月

表 4-2：流經嘉義市之主要河川污染等級

主流	採樣站	污染等級
朴子溪	松竹大橋	A
	牛稠溪橋	D
	月眉潭橋	D
	介壽橋	D
	朴子溪橋	D
	東石橋	B
八掌溪	觸口橋	A
	五亮寮橋	A
	軍輝橋	B
	八掌溪橋	D
	厚生橋	D
	嘉南大橋	C

資料來源：台灣省河川水質年報，第 15-19 期

註：A：未受污染或稍受污染 B：輕度污染 C：中度污染 D：嚴重污染

二、人口分布、密度與戶數

(一) 人口分布

嘉義市土地面積為 60.0256 平方公里，居全省第二十一位(全省總面積為 35,580.7768 平方公里)，至九十一年底現住人口數為 267,907 人，約占全省人口 18,301,714 人之 1.46%，其中男性 134,289 人，佔總人口之 50.13%，女性 133,618 人，佔總人口數 49.87%，東區 131,286 人，佔總人口之 49.01%，西區 136,621 人，佔總人口之 50.99%。

(二) 人口密度

人口密度係指每一平方公里土地面積上，平均分配居住人口數。嘉義市九十

一年人口密度為每平方公里 4,463 人(全省人口密度為每平方公里 514 人)，僅次於台中市(每平方公里 6,099 人)，居全省第二位(如表 3)，較八十二年底每平方公里 4,308 人，增加 155 人。由歷年資料觀察，嘉義市人口成長穩定，十年來計增加 9,308 人，平均每年增加 930 人。

(三) 戶數

民國九十一年底嘉義市總戶數為 82,444 戶，較九十年 81,262 戶增加 1.45%，由近十年資料顯示，嘉義市總戶數雖呈逐年增加趨勢，但受經濟、社會結構轉變影響，平均每戶人口數有逐年減少之趨勢，自八十二年底平均每戶 3.86 人遞減至九十一年底平均每戶 3.25 人，顯示小家庭制度已逐漸取代傳統大家庭制度(如表 4-3、表 4-4)。

表 4-3：民國九十一年底彰化、雲林、嘉義、台南縣市人口比率

縣市別	土地面積(年底)		人口數(年底) 人	戶量(年底)		人口密度(年底)	
	平方公里	全國 排序		(人/ 戶)	全國 排序	人(平方公 里)	全國 排序
彰化縣	10,743,960	15	1,316,179	4.02	1	1225.04	8
雲林縣	12,908,351	13	742,797	3.61	5	575.44	11
嘉義縣	19,016,725	10	562,394	3.54	7	295.74	17
嘉義市	600,256	21	267,907	3.25	13	4463.21	2
台南縣	20,160,075	9	1107,583	3.33	10	549.39	12
台南市	1,756,456	16	745,081	3.14	18	4241.96	3

資料來源：內政統計年報

表 4-4：嘉義市家庭人口

年(年底)	戶數(戶)	人口數			戶量	性別比例(每百女子所佔男子數)	人口密度(人/平方公里)
		總計	男	女			
九十一	82444	267,907	134,289	133,618	3.25	101	4,463
東區	41,177	131,286	65,695	65,591	3.19	100	4,508
西區	41,267	136,621	68,594	68,027	3.31	101	4,421

資料來源：嘉義市政府主計室

三、人口結構

(一) 性別比例：

在一個人口集團所呈現的特徵當中，以性別最為顯著，性比例係用以表示男女性別分配之數值，通常以每百名女子所當男子數之性比例（百分比）表示，嘉義市人口性比例，已由八十二年底之 103%，降至九十一年底之 101%，顯示嘉義市人口性別結構比例有越來越接近之趨勢。(如表 4-4)

(二) 年齡結構：

一地區未來人口成長之趨勢，可由人口年齡分配情形測知，而人口年齡結構可反映經濟建設的發展，若一地區經濟活動人口多，生產力強、產業發達，則必為一進步繁榮之都市；反之，幼年人口與老年人口(即依賴人口)過多，生產力弱、消費多、不但增加社會負擔，同時影響經濟成長。一般人口年齡結構，將 0 至 14 歲即 65 歲以上人口歸為依賴人口，即無生產能力者，15 至 64 歲人口為經濟人口。由嘉義市年齡分配結構觀之，九十一年底適於勞動生產人口 185,735 人，占總人口數的 69.33%，較八十二年底的 68.11%，增加 1.22 百分點，顯示嘉義市勞動力供應充沛，對促進經濟發展甚有助益。

再從嘉義市近十年人口年齡分配結構觀之：

1.扶養比：

扶養比係指每百個工作年齡人口（15至64歲人口）所需負擔依賴人口（即14歲以下幼年人口即65歲以上老年人口）之比，亦稱為依賴人口指數，比率越高，表示有生產力者負擔較重，比率越低，表示有生產力者負擔較輕。嘉義市九十一年底扶養比為44.24%，較上年度44.05%，增加0.19百分點。

2.老年人口比率即人口老化指數：

老化指數可以顯示人口老化情形，嘉義市近十年來，人口老化指數由八十二年之28.38%提高至九十一年之42.49%，再就老年人口扶養率言，九十一年為13.19%，已邁入世界衛生組織(WHO)定義(7%)之高齡化社會。綜觀九十一年老人人口、老人人口扶養率及老化指數，皆創十年來新高，因此今後對於老人的社會福利、健全安養體系及老人醫療保健等工作更應重視。(如表4-5)

表 4-5：嘉義市人口年齡之分配

年	總人口數	幼年層 14歲以下		勞動力層 15-64歲		老年層 65歲以上		依賴人口指數			老化指數
		人	%	人	%	人	%	扶養率	幼年人口扶養率	老年人口扶養率	
91	267907	57668	21.53	185735	69.33	24504	9.15	44.24	31.05	13.19	42.49

資料來源：內政部台閩地區統計年報

註：1. 人口老化指數=(65歲以上人口/14歲以下人口)*100%

2. 扶養比率=(14歲以下人口+65歲以上人口)/15至64歲人口*100%

3. 幼年人口依賴比=(14歲以下人口/15至64歲人口)*100%

4. 老年人口依賴比=(65歲以上人口/15至64歲人口)*100%

(三) 教育程度：

人口品質之良窳與國民所受教育成正比，而教育程度組成資料，乃是瞭解國民人力現況之基本資料。由嘉義市歷年統計資料觀察，高中以上教育程度人口，占十五歲以上人口之比率，均呈上升趨勢，顯示國民教育程度逐漸提高，嘉義市

九十一年底「年滿十五歲以上」人口 210,239 人，其中受「大專及以上」教育者，達 61,767 人、占 29.38%，受「高中(職)」教育者 72,501 人、占 34.49%，受「國中(職)」教育者 28,868 人、占 13.73%，「小學及自修」者 38,894 人、占 18.50%，「不識字」者 8,209 人、占 3.90%，如與八十二年底比較，十年來「不識字」者由 6.47% 降至 3.90%，減少了 2.57 百分點，而「專科及以上」者，則由 20.64% 增加至 29.38%，提高了 8.74 百分點，顯見嘉義市人口教育水準普遍提高。

四、人力資源分析

(一) 勞動力與勞動參與率：

嘉義市九十一年平均勞動人口為 10 萬 8 千人，勞動參與率 52.76%，較上年減少 0.41 個百分點，其中男性勞動力約 6 萬 4 千人，占十五歲以上民間勞動人口 64.34%，女性勞動力約 4 萬 4 千人，占十五歲以上民間勞動人口 41.82%，勞動參與率有逐年下降之趨勢，其中以民國九十一年勞動參與率為 52.76% 最低且低於台灣地區平均值 57.34%，為全省次低，僅高於澎湖縣 45.97%。(參閱表 4-6)

表 4-6：嘉義市人力資源重要指標

年別	總人口數	十五歲以上民間人口			勞動力				就業				失業			
		計	男	女	計	男	女	勞動力參與率	計	男	女	佔勞動力比率	計	男	女	佔勞動力比率
91	268	205	100	105	108	64	44	52.76	102	60	42	94.77	6	4	2	5.23
全國	22397	17387	8642	8745	9969	5896	4074	57.34	9454	5547	3907	94.83	515	348	167	5.17

資料來源：行政院主計處「台灣地區人力資源調查統計年報」。

註：1.百分比換算係實際人口數，而非以千人單位換算。

2.合計與細目不合係因四捨五入誤差所致。

3.勞動力係指在資料標準週內，年滿十五歲可以工作之民間人口，包括就業與非就業。

4.勞動參與率(%)=(勞動力/十五歲以上人口)*100%

(二) 就業者狀況：

1. 就業人數：

九十一年嘉義市平均就業人數為 10 萬 2 千人，較上年減少 2 千人，其中男性就業者為 6 萬人，較上年減少 1 千人，女性就業者為 4 萬 2 千人，與上年比較持平(就業人數與上年度之比較短差 1 千人，係因以千人單位四捨五入所致)。

2. 就業者年齡分佈：

嘉義市就業者中以 25~44 歲年齡組人數為最多，占全體就業者 61.06%，其次為 45~64 歲年齡組占 29.00%，顯示青壯年就業人口，為嘉義市勞動市場之主力。(參閱圖 4-1)

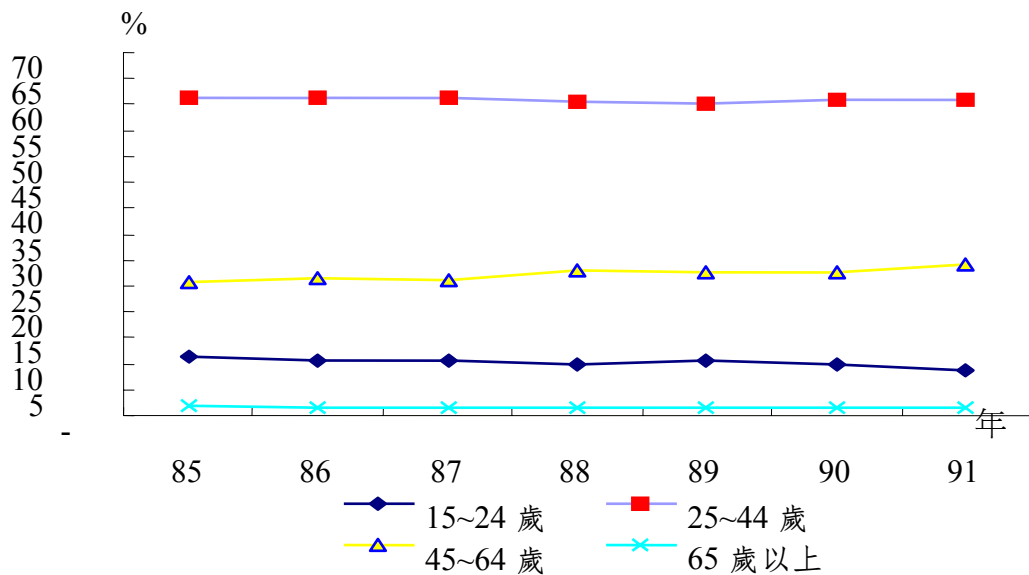


圖 4-1：本市就業者(按年齡分組)

3. 就業者之行業：

由 91 年行業別觀之，嘉義市農業部門之就業人數 3 千人，占就業總人口 3.04%，工業部門就業人數 2 萬 6 千人，占 24.94%，其中以從事製造業 1 萬 9 千人最多；服務業部門就業人數 7 萬 4 千人，占 72.02%，就服務部門中以從事批

發、零售及餐飲業 3 萬人所占比率最大，其次為社會服務及個人服務業 2 萬 6 千人。由近七年資料觀察，嘉義市之行業分布中，從事服務業者之比重為三大部門中最大，約維持七成左右，農業及工業合計比重僅占三成（參閱表 4-7）。

表 4-7：就業者按行業別分(單位：千人)

年別	總計	農業 農林魚牧業	工業					服務業								
			計	取業	礦業及土石採	製造業	水電燃氣業	營造業	計	飲業	批發、零售及餐	信業	運輸、創儲及通	動產業	金融、保險及不	工商服務業
91	102	3	25	0	19	0	6	74	30	4	6	3	26	5		

資料來源：嘉義市政府主計室

4. 就業者之職業：

依職業別觀之，九十一年嘉義市就業者之職業以服務工作人員及售貨員 2 萬 5 千人，占就業總人口 24.62% 為最多，較上年增加 0.76 個百分點，次為生產及有關工人機械設備操作工及體力工 2 萬 3 千人，占 22.13%，較上年減少 1.14 個百分點，再次為技術員及助理專業人員 2 萬人，占 19.61%，較上年減少 0.06 個百分點（參閱表 4-8）。

表 4-8：嘉義市就業者之職業(單位：千人，%)

年	合計		民意代表 企業主管 及經理人員		專業人員		技術員及 助理專業 人員		事務工作 人員		服務工作 人員及售 貨員		農林漁牧 工作人員		生產及有 關工人機 械設備操 作工及體 力工	
	人數	比率	人數	比率	人數	比率	人數	比率	人數	比率	人數	比率	人數	比率	人數	比率
91	102	100	5	4.68	13	13.17	20	19.61	13	12.74	25	24.62	3	3.05	23	22.13

資料來源：嘉義市政府主計室

5. 就業者從業身分：

從就業身分之結構可衡量一地區之產業規模與生產力大小，如具規模廠商較多之地區，其雇主與受私人雇用所占比率較高，反之，家庭性企業較多之地區，則自營作業者及無酬家屬工作者所占比率較高。嘉義市九十一年各類從業身份就業者中，以受私人雇用者 5 萬 6 千人，占總就業人口比率 55.01% 為最多，較上年增加 0.99 個百分點，為近幾年來所占比率最高，其次為受政府雇用者 1 萬 8 千人，占 17.21%（參閱表 4-9）。

表 4-9：嘉義市就業者按從業身份別分(單位：千人，%)

年	合計		雇主		自營作業者		無酬家屬工作者		受雇者					
	人數	比率	人數	比率	人數	比率	人數	比率	合計		受私人雇用		受政府雇用	
	人數	比率	人數	比率	人數	比率	人數	比率	人數	比率	人數	比率	人數	比率
91	102	100	6	5.69	14	14.12	8	7.97	74	72.22	56	55.01	18	17.21

資料來源：嘉義市政府主計室

五、家庭所得調查分析

(一) 家庭人口數與就業人數

嘉義市民國九十一年平均戶內人口數 3.56 人，較去年之 3.47 人增加 0.09 人，戶內就業人數 1.35 人則較去年之 1.48 人減少 0.13 人，就業人數佔戶內人數之比例由 42.65% 降為 37.92%。（請參閱表 4-10）

表 4-10：嘉義市九十年及九十一年家庭人口數與就業人數

年別	平均每戶人口數(人)	戶內平均就業人數(人)	就業人數佔戶內人數之比例(%)
90	3.47	1.48	42.65
91	3.56	1.35	37.92

資料來源：行政院主計處「家庭收支調查報告」

(二) 家庭所得

1. 嘉義市平均每户年所得 1,064,817 元

嘉義市民國九十一年平均每户年所得為 1,064,817 元，較上年之 1,022,021 元，增加 42,796 元，增加率為 4.19%。平均每人年所得 299,106 元，較上年之 294,531 元，增加 4,575 元，增加率為 1.55%。(請參閱表 4-11)

表 4-11：嘉義市九十年及九十一年平均每户及每人年所得之變動

年別	平均每户年所得		平均每人年所得	
	金額(元)	年增減率(%)	金額(元)	年增減率(%)
90	1,022,021	-2.37	294,531	-2.65
91	1,064,817	4.19	299,106	1.55

資料來源：行政院主計處「家庭收支調查報告」

2. 台灣地區所得概況

嘉義市民國九十一年平均每户經常性收入，在台灣地區名列第八位；平均每户消費支出，在台灣地區則名列第七位。(請參閱表 4-12)

表 4-12：民國九十一年台灣地區各縣市平均每户家庭收支

縣市別	平均每户經常性收入(元)	順位	平均每户消費支出(元)	順位
台北市	1,605,896	1	951,978	1
高雄市	1,102,702	7	638,989	10
台北縣	1,160,816	5	721,828	4
宜蘭縣	874,400	16	556,487	14
桃園縣	1,215,253	3	728,084	3
新竹縣	1,173,446	4	659,592	6

苗栗縣	955,362	13	608,569	12
台中縣	1,014,212	10	649,854	8
彰化縣	966,308	12	587,789	13
南投縣	863,293	18	509,828	19
雲林縣	842,944	20	503,445	21
嘉義縣	750,186	23	515,759	18
台南縣	853,503	19	526,108	17
高雄縣	893,325	15	508,285	20
屏東縣	972,097	11	527,833	16
台東縣	809,514	21	446,254	22
花蓮縣	867,385	17	540,780	15
澎湖縣	801,024	22	421,645	23
基隆市	944,630	14	640,591	9
新竹市	1,388,550	2	848,037	2
台中市	1,125,638	6	690,313	5
嘉義市	1,064,817	8	659,543	7
台南市	1,037,109	9	638,529	11

資料來源：行政院主計處「家庭收支調查報告」

3. 家庭所得結構－以受雇人員報酬為最多

嘉義市民國九十一年家庭所得依其來源觀察，以來自受雇人員報酬占 52.21% 為最高，次為財產所得收入占 17.68%，再次為經常移轉收入占 17.18%，而產業主所得（包括自營農業、非公司企業及執行業務之淨收入）及雜項收入分別各佔 12.92% 及 0.02%。（請參閱表 4-13）

表 4-13：嘉義市家庭平均每户年所得(單位：元)

年別	受雇人員報酬	財產所得收入	產業主所得	經常移轉收入	雜項收入
八十八年	540,405	166,807	146,480	138,475	65
八十九年	550,216	165,511	176,560	154,384	117
九十年	498,886	197,445	173,014	152,378	299
九十一年	555,899	188,260	137,524	182,905	229

資料來源：行政院主計處「家庭收支調查報告」

六、家庭消費支出與儲蓄

1. 家庭消費支出—平均每户消費支出為 659,543 元

嘉義市民國九十一年家庭平均每户消費支出為 659,543 元，較上年之 634,707 元，增加 24,836 元，增加率為 3.91%。戶內平均每人消費支出為 185,265 元，較上年之 182,913 元，增加 2,352 元，增加率為 1.29%。(請參閱表 4-14)

表 4-14：嘉義市九十年及九十一年家庭消費支出之變動

年別	平均每户年所得		平均每人年所得	
	金額(元)	年增減率(%)	金額(元)	年增減率(%)
90	634707	1.12	182913	0.82
91	659543	3.91	185265	1.29

資料來源：行政院主計處「家庭收支調查報告」

2. 家庭儲蓄—平均每户家庭儲蓄為 185,845 元

民國九十一年嘉義市平均每户家庭儲蓄為 185,845 元，較八十一年之 169,314 元，增加 16,531 元，增加率為 9.76%，惟較上年之 150,875 元，增加 34,970 元，增加率為 23.18%。嘉義市九十一年之家庭平均消費傾向為 78.02%，平均儲蓄傾向為 21.98%，亦即在 100 元可支配所得中會花掉 78.02 元，剩餘 21.98 元做為儲蓄之用。(請參閱表 4-15)

表 4-15：嘉義市平均每戶消費傾向及儲蓄傾向

年別	平均每戶 可支配所得(元)	平均每戶 消費支出 (元)	平均每戶 儲蓄(元)	平均消費 傾向(%)	平均儲蓄 傾向(%)
90	785,582	634,707	150,875	80.79	19.21
91	845,388	659,543	185,845		

資料來源：行政院主計處「家庭收支調查報告」

3. 家庭消費支出結構—以食品費佔 23.35% 最多，保健醫療佔 13.70% 增幅最大

人民生活水準之高低，可由家庭日用支出之分配比率窺見一般。從歷年嘉義市市民消費支出結構之演變觀察，可發現市民之生活水準隨所得水準之提高，逐漸提昇。食品費佔消費支出總額之比率，通常被用以測量國民生活水準之高低，此項比率愈低，反映生活水準愈高；依長期趨勢觀之，嘉義市民國九十一年食品費比率為 23.35%，較民國八十一年之 28.78%，減少 5.43 個百分點。另因嘉義市六十五歲以上老年人口數佔全市總人口數之 9.15%，故九十一年之保健及醫療費用比率為 13.70%，較民國八十一年之 5.96%，上升 7.74 個百分點，佔家庭消費支出之第四位，前三位食品費、房租及水費、育樂教育及文化費計佔全部家庭消費支出之 58.31%。(請參閱表 4-16)

表 4-16：嘉義市家庭消費支出結構(單位：%)

年別	消費支出	食品費	飲料費	煙草費	衣著費	房租及水費	燃料及燈光費	家具及家庭設備費	家事管理及服務費	保健及醫療費	運輸交通與通訊費	育樂教育及文化費	其他什項消費
81	100	28.78	1.28	1.04	6.17	18.34	3.14	2.04	2.54	5.96	9.28	14.87	6.57
91	100	23.35	0.71	0.63	3.22	20.29	2.96	1.63	2.26	13.70	10.50	14.67	6.09

資料來源：行政院主計處「家庭收支調查報告」

第二節 嘉義市工商發展概況

本計畫於上節詳加整理嘉義市公部門關於各資源現況之統計資料，基於台灣區域經濟發展之角度，臨近各縣市如雲林縣與台南縣市分別有離島工業區與南科之成立，特別在本節整理關於嘉義市之工商發展現況。

一、嘉義市工商發展現況

(一) 工商企業家數：

嘉義市九十年底工商企業單位數為 14,430 家，較八十五年底增加 14.77%。依場所單位數計為 14,950 家，較八十五年底增加 14.52%；在台閩地區內排列第六位，南部地區排列第三位(詳見下表 4-17)。五年來，服務業部門增加 15.94%，工業部門增加 7.73%；工業部門中以營造業家數增加 149 家最多，依場所單位共計增加 27.52%。

九十年底各行業中，以批發及零售業占 48.47% 最多，其他服務業 12.23% 次之，製造業 8.54% 再次之。

就工商企業單位之員工人數規模觀察，未達 30 人者計 14,260 家，占 98.82%；30~99 人者計 149 家，占 1.03%；100 以上者 21 家，僅占 0.15%；顯示嘉義市工商業之企業單位仍以小規模為主。

(二) 工商企業收支狀況：

嘉義市九十年企業單位全年各項收入、支出總額分別為 117,420,257 及 110,222,447 千元，較八十五年分別增加約 12.10% 及 13.93%；而九十年各項支出中，企業單位全年支付予員工之勞動報酬為 23,370,588 千元，較八十五年同期增加 15.92%；平均每員全年勞動報酬為 411,475.75 元，較八十五年 357,507.59 元增加 15.10%。

就嘉義市九十年底企業單位營業收入來觀察，滿 100 萬~未滿 500 萬元者 9,147 家，占 63.39% 最多；滿 500 萬~未滿 1000 萬元者 1,982 家，占 13.74% 次之；未滿 100 萬元者 1,614 家，占 11.19% 再次之。

(三) 工商企業全年利潤：

嘉義市九十年企業單位全年利潤為 7,197,810 千元。各行業中，以批發及零售業 3,379,995 千元最多，醫療保健業 1,105,284 千元次之，營造業 836,233 千元再次之。

嘉義市九十年工商業企業單位，平均每員工利潤為 126.73 千元，其中以水電燃氣業 246.71 千元最多，礦業及土石採取業 208 千元次之，醫療保健業 195.66 千元再次之。

(四) 工商企業勞動報酬占各項支出總額比率：

嘉義市九十年工商業企業單位，全年勞動報酬支出占各項支出總額比率為 21.2%，其中以醫療保健業 45.5% 最高，其他服務業 40.18% 次之，專業、科學及技術服務業 38.73% 再次之。

(五) 工商企業利潤率：

嘉義市九十年工商業企業單位之全年利潤率為 6.13%，各行業中以礦業及土石採取業 18.31% 最高，其他服務業 14.41% 次之，專業、科學及技術服務業 13.86% 再次之。

綜合上述，嘉義市之工商發展概況可見下表 4-17，在九十年全年平均失業率 4.55%，平均每戶所得 976 千元，財政自主比率為 54.86%，在台灣地區 23 縣市中排列第 12 位。

表 4-17：台灣地區 90 年各縣市工商發展概況

地區別	年底場所單位數			年底場所員工人數		場所全年生產總額		失業 (%)	平均每 戶所得 收入 (千元)	財政 自主 比率 (%)	財政 自主 比率 排序
	(家)	與 85 年較 (%)	排序	(千人)	與 85 年較 (%)	(十億元)	與 85 年較 (%)				
台灣地區	965 433	8.27		6 737	2.41	16 900.3	25.92	4.57	1 064	-	
北部地區	444 435	5.50		3 816	6.97	10 292.0	35.55	4.47	-	-	
台北市	169 625	2.09	23	1 708	12.83	5 000.4	55.02	3.95	1 506	98.81	1
基隆市	15 745	3.73	20	73	-22.18	154.2	4.12	5.14	964	59.36	9
新竹市	16 851	8.21	13	173	33.21	504.4	61.98	4.35	1 420	63.69	7
台北縣	144 224	2.89	21	994	-2.65	2 272.1	21.91	4.86	1 098	61.76	8
宜蘭縣	18 482	12.91	8	87	-16.98	156.4	0.51	5.01	877	52.16	15
桃園縣	64 850	17.81	3	616	7.90	1 671.8	13.64	4.32	1 143	75.32	3
新竹縣	14 658	14.78	4	165	23.95	532.8	27.74	3.76	1 106	53.87	13
中部地區	239 703	11.00		1 351	-3.76	2 822.3	16.49	4.53	-	-	
台中市	54 957	7.96	14	330	-6.44	628.6	11.10	4.71	1 251	71.40	4
苗栗縣	19 900	4.68	19	117	-6.77	287.0	10.34	4.47	944	46.00	19
台中縣	66 823	13.12	7	401	-4.60	786.2	3.73	4.97	903	37.29	22
彰化縣	55 225	12.66	9	300	-5.00	601.6	15.12	4.00	846	47.43	18
南投縣	17 507	4.81	18	85	2.80	168.3	18.11	4.89	836	17.76	23
雲林縣	25 291	19.10	2	118	10.48	350.5	101.78	4.10	874	65.82	6
南部地區	258 060	11.09		1 478	-2.18	3 627.6	11.44	4.76	-	-	
嘉義市	14 950	14.52	6	66	-0.81	132.8	13.70	4.55	976	54.86	12

台南市	39 192	10.92	12	181	-7.02	299.0	6.44	5.00	943	69.71	5
高雄市	73 485	5.21	16	476	-4.75	1 318.9	14.53	5.00	1 169	85.99	2
嘉義縣	16 026	4.94	17	80	-2.28	171.1	11.54	4.03	784	47.79	17
台南縣	38 593	12.62	10	276	3.12	682.8	16.12	4.68	822	57.19	10
高雄縣	42 420	14.60	5	265	-1.51	778.7	6.89	5.05	783	56.76	11
屏東縣	29 290	22.77	1	120	1.79	223.5	2.76	4.49	838	52.64	14
澎湖縣	4 104	12.22	11	13	5.04	20.8	13.04	3.46	732	40.31	21
東部地區	23 235	4.89		92	-4.51	158.5	4.97	4.78	-	-	
台東縣	8 620	2.19	22	29	-8.62	45.9	-3.16	4.33	761	44.43	20
花蓮縣	14 615	6.55	15	63	-2.49	112.6	8.69	5.13	933	48.06	16

資料來源：九十年臺閩地區工商及服務業普查初步綜合報告摘要

註：雲林縣因六輕於八十九年營運，產值擴增一倍。

二、嘉義縣市工業區概況

除嘉義市工商發展現況外，本計畫根據經濟工業局台灣工業用地供給與服務資訊網¹所顯示的資料整理嘉義縣市工業區之發展概況，之所以涵概到嘉義縣，主要是嘉義縣工業區之發展規模較嘉義市來得完整，而兩方工業區的廠商型態也非常相似。因此列入嘉義縣工業區發展以為參考。

嘉義縣主要共計有民雄、橋頭、義竹、朴子、嘉太等五個工業區；而嘉義市的工業區較不具規模，主要分布於後湖與湖子內兩地區。以下簡單整理各工業區內之區位、面積、廠商配置、廠商規模…等現況以及未來展望。

¹ 參考資料，「經濟工業局台灣工業用地供給與服務資訊網」，<http://idb.management.org.tw/>

(一) 嘉義縣工業區現況

1. 民雄、頭橋工業區

(1) 設立源起與地理區位

嘉義縣位於嘉南平原，資源豐富，勞力充沛。政府為加速工業發展，促進地方進步與繁榮，於是選擇了民雄鄉最南端的土地，開發了兩個綜合性工業區『民雄與頭橋工業區』。由經濟部工業局策劃推動，中興工程顧問社規劃設計，中華工程公司負責開發工作。頭橋工業區開發較早，於民國六十二年四月間完成，面積 86 公頃。因開發完成後，全部售罄，工業用地不敷工業興辦人的需求，因此政府又於民國六十七年五月，開發了民雄工業區，歷經三年十個月，於民國七十一年三月間全部完工，面積為 244 公頃。民雄、頭橋二工業區南距嘉義火車站約五公里，離嘉義交流道及大林交流道約十公里，北距民雄市區約四公里，對外連絡以台一號省道為主，交通極為便利。

(2) 土地面積與廠商配置狀況

民雄與頭橋工業區皆為綜合性工業區，兩工業區總面積為 330 公頃(民雄工業區 244 公頃，頭橋工業區 86 公頃)，其中工區建廠用地 255.5 公頃、公共設施 57.5 公頃、社區用地 17 公頃。可容納大小工廠二百多家，總投資金額約為伍拾捌億貳仟陸佰參拾萬元。

民雄工業區內設有廠商計 210 家，頭橋工業區內設有廠商 72 家，其廠商性質主要為食品、化學、塑膠、竹木及非金屬製品、機械、電子、運輸、橡膠、金屬製品、水泥製品、合板、紙類等業別，共計 282 家。

(3) 公共設施與環境保護

工業區內公共設施十分完善，最主要項目為：**(a)**道路：民雄區內道路總長為 17,670 公尺，頭橋區 4,464 公尺，二區道路合計 22,134 公尺。**(b)**雨水下水道系統：民雄區 4,781 公尺，頭橋區 3,441 公尺，合計 8,222 公尺。**(c)**污水下水道系統：民雄區 19,000 公尺，頭橋區 4,500 公尺，二區管線總長 23,500 公尺。**(d)**自來水給水系統：配水管總長 22,600 公尺，並於供水區末端建造一座 2,500 立方公尺之高架配水池作為調節水量之用。每日最大供水量 23,000 公噸。**(e)**電力工程：民雄區供電量約 624,000 千瓦，頭橋 48,000 千瓦。**(f)**電信系統：

充份供應電話門數，並設國際電話亭二座。

另外，工業區內設有污水處理廠一座，佔地約 4.1 公頃，為了配合工業區內建廠情形及環保法令所規定的放流水標準，以達到有效的經濟目的，採整體規劃，分二期施工，第一期於民國七十三年六月完工，設計處理量為每日 4,000 噸。又鑑於區內廠商污水量增加，第二期擴充工程於民國八十三年二月完工，設計處理容量為 1112,000 噸。本工業區污水處理廠，處理民雄及頭橋二區工廠所排放的廢水，經處理後排入牛稠溪，所排放水質相當良好，不但符合國家放流水標準，受可達民國八十七年國家放流水標準，對環境保護助益良多。

(4) 未來展望

嘉南平原資源豐富、勞力充沛、交通便捷，在諸多優良的環境下，民雄與頭橋工業區，創造了許多傲人的成績，民雄地區原是一片荒蕪田地，如今卻是寸土寸金的繁榮景象。未來，工業區將引進更多附加價值高的產業，使本工業區成為科技型工業區，在全體人員的努力下，相信未來民雄工業區的發展，將無可限量。

2. 朴子工業區

(1) 設立源起與地理區位

政府為提供嘉義沿海地區興辦工業人興辦地方資源性工業，理想之設廠環境，創造本地區就業機會，遏止人口外流，加強地方經濟建設，均衡地方發展，促進地方繁榮，爰以開發朴子工業區。由經濟部工業局策劃，中興工程顧問社設計，中華工程公司施工，於民國 70 年 6 月開發完成。地理區位於朴子工業區座落於朴子市南郊，西鄰中央公路（台 19 線），東北距嘉義市 24 公里，朴子市區 2 公里距高速公路水上交流道 15 公里，新營交流道 18 公里，距嘉義縣政府 5 公里，貫穿南北交通，運輸極為便捷。

(2) 土地面積與廠商配置狀況

朴子工業區面積 21.5158 公頃，為一綜合性工業區。目前共計有廠家數 47 家，包括：食品製造業 8 家、紡織業 1 家、成衣服飾品及其他紡織製品 1 家、家具及裝設品製造業 1 家、紙漿、紙及紙製品製造業 1 家、化學製品製造業 2 家、塑膠製品製造業 10 家、金屬製品製造業 10 家、金屬基本工業 1 家、機械

設備製造修配業 2 家、運輸工具製造修配業 3 家、雜項工業製品製造業 7 家。

(3) 公共設施與環境保護

朴子工業區全區主要設施包括：(a)道路長度為 2504 公尺，(b)排水系統含區外排水系統(直徑 1500mm 鋼筋混凝土管 770 公尺)及區內排水系統(明渠 1106 公尺/管涵 379 公尺/箱涵 46 公尺)。(c)路燈系統：400 瓦水銀燈 41 盞。

3. 義竹工業區

(1) 設立源起與地理區位

政府為提供嘉義沿海地區興辦工業人興辦地方資源性工業，理想之設廠環境，創造本地區就業機會，遏止人口外流，加強地方經濟建設，均衡地方發展，促進地方繁榮，爰以開發義竹工業區。座落於義竹鄉與布袋鎮之間，亦由上述單位規劃、設計、施工，於民國 63 年 5 月開發完成，面積 16 公頃。

由於當時規劃係屬農村型工業區引進廠商，皆以農、牧相關為主。但因應環境變遷及廠商之需求，於民國 87 年 7 月經嘉義縣政府報請經濟部工業局核准以「無嚴重污染之工業為限」為一綜合性之工業區。朴子、義竹工業區均屬小型綜合性工業區，於規劃設計時即無污水處理廠之設計，區內廠商應自行設置污染防治設施，避免造成下游地區之污染事件與糾紛。

(2) 土地面積與廠商配置狀況

義竹工業區總面積 16 公頃，其中包含工業用地 14 公頃及公共設施公頃。義竹工業區廠商家數共計 26 家，其中包括：食品製造業 10 家、成衣及服飾品製造業 2 家、化學製品製造業 2 家、塑膠製品製造業 3 家、非金屬礦物製品製造業 1 家、化學材料製造業 1 家、機械設備製造修配業 2 家、金屬製品製造業 1 家、運輸工具製造修配業 3 家。

(3) 公共設施與環境保護

義竹工業區主要設施包括：(a)全區道路長度 1210 公尺；(b)排水系統含雨水下水道箱涵 244.53 公尺及區內排水明溝：607.2 公尺；(c)路燈系統：400 瓦水銀燈 31 盞。

(4) 朴子、義竹兩工業區未來展望

朴子、義竹兩工業區均以發展中小企業，加強地方經濟建設，促進地方繁榮為宗旨，並直接提供農村就業機會，遏止人口外流，增加農民所得及減少公害為目標，工業區地理環境良好，公共設施完善，遵循既定之經濟政策，朝人性化之需求，配合未來工業區發展之需要，為廠商提供最佳服務，創造更美好之投資環境，力謀健全與發展，以建設一個祥和富裕之最佳工業區。

4. 嘉太工業區

(1) 設立源起與地理區位

嘉太工業區與上述幾個工業區的設立目的與開發單位等都相當類似，都是為了提供興辦工業人設廠需求。由嘉義縣政府為開發單位，台灣土地開發信託投資公司為協辦單位，於民國 63 年 2 月至 65 年 4 月完成開發。位於嘉義縣太保市，屬嘉義交流道特定區域，東距嘉義市九公里，西距朴子市二十三公里，南距水上鄉十四公里，北距新港鄉五公里。臨靠嘉義交流道四公里，高鐵太保站十二公里。

(2) 土地面積與廠商配置狀況

嘉太工業區土地配置總面積 60 公頃，其中包括公共設施用地 8.9779 公頃及可供設廠用地 51.0221 公頃。本區產業原規劃為一般輕污染性工業及農產加工業為主之綜合性工業區，後因產業結構改變工業產品為較具競爭力之金屬工業、(含金屬表面處理業、電鍍業)、化工業、紙漿業、紡織業等逐漸取代。目前廠商設廠概況包括：核准設立工廠 79 家，開工生產 68 家、停工 9 家、歇業 2 家。開工家數佔核准總家數 85%，資本額 505,926 萬元，年總產值 816,077 萬元，員工人數共 2,156 人。

(3) 公共設施與環境保護

嘉太工業區主要設施包括：(a)服務大樓：內有服務中心、會議室、郵局、自動提款機；(b)道路 2,866 公尺；(c)路燈 59 盞；(d)雨水排水系統 3,044 公尺；(e)自來水給水系統：每日最大供水量 4,800 噸；(f)電力工程變電所乙座，可供應電力 25,000 瓩；(g)電信系統：光纖電纜高速傳輸通訊；(h)石油氣；(i)污水處

理廠：佔地 1.1227 公頃，設計水量 2,500CMD，採用化學處理；及(j)污水下水道 2,750 公尺。

另外，工業區內有污水處理廠一座，於民國 72 年建造，民國 74 年 5 月正式運轉，佔地面積 1.1227 公頃。民國 80 年及 86 年配合政府環保政策(符合 82 年及 87 年放流水標準)改善工程增建化學混凝沈澱及砂濾池作為二級處理，可處理量為 2,500CMD，處理方式化學處理方式，自行操作營運，污水處理符合國家標準後排放朴子溪。

(4) 嘉太工業區未來展望

隨著大環境快速變遷，資訊化、國際化、加強環境保護及公共設施之管理、維護加強單一窗口服務、加強員工在職訓練，提昇工作同仁職能，協助廠商加速促進產業升級、製造附加價值高之產品。將傳統勞力密集之工業區轉型為科技工業園區。

(二) 嘉義市工業區現況

1. 嘉義市工業區分布與面積

嘉義市的工業發展與工業人口並不發達。依據嘉義市綜合發展計畫統計，目前依嘉義市之都市土地實際使用情形而言，工業區使用面積僅佔都市發展用地總面積的 4.14%。嘉義市目前工業使用之土地計畫面積為 248.38 公頃，而實際使用面積為 147.59 公頃，整體開闢率為 59.42%。其中主要包括舊市中心區開闢 31.86 公頃，佔全市已開闢工業用地的 21.59%；市中心西北地區開闢 41.78 公頃，佔全市已開闢工業用地的 28.31%；湖仔內地區開闢 12.47 公頃，佔全市已開闢工業用地的 8.45%；後湖地區開闢 55.22 公頃，佔全市已開闢工業用地的 37.41%(見下圖 4-2)。

由上述之數據分析可知，市中心地區、市中心西北地區及後湖地區提供了嘉義市絕大部份的工業發展機能(87.31%)。但後湖地區之工業區計畫面積佔全區的 19.42%，較市中心區的 6.79%及市中心西北地區的 5.78%高出甚多，因此嘉義市工業區之發展規劃，則多分布在後湖地區與市中心區的兩個都市計畫區內，湖仔內地區亦有少部份的工業用地劃設，另外還有零星工廠分佈於火車站兩側、博愛路、北港路沿線及部份住宅區內。基本上還是以後湖工業區為未來工業發展

的重心。而就開闢率而言，市中心區已達到 100%，而市中心西北地區也已超過了八成，但是工業區計畫面積最大的後湖地區，其開闢率卻不到五成，且目前已呈現衰敗狀況。

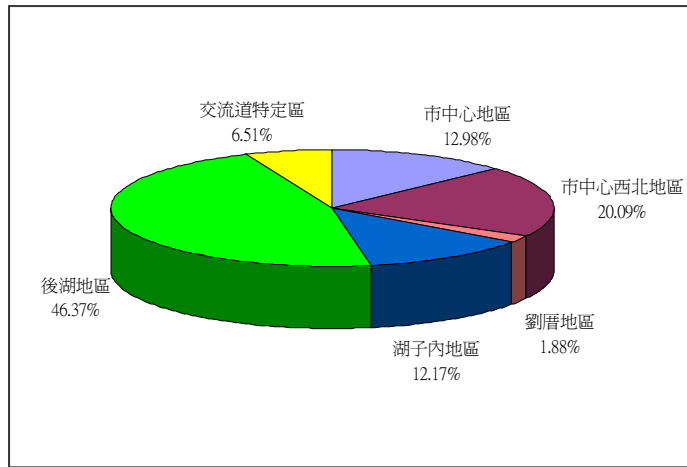


圖 4-2：嘉義市工業區使用比例分佈圖

資料來源：嘉義市綜合發展計畫書

2. 嘉義市工業區廠商配置狀況

由於嘉義市工業區的規模不大，在經濟工業局台灣工業用地供給與服務資訊網及相關網站所列舉的資料中並未包含嘉義市的後湖等工業區。因此，就嘉義市綜合發展計畫之資料顯示，嘉義市之工業發展主要在輕工業，以生產金屬、機械、食品、製材、塑膠等產業為主。其中以金屬製品製造業 138 家最多、機械設備製造修配業 127 家居次。在手工業方面，仍以金屬製造業為主，但具有藝文色彩的手工業亦為本市之特色，如：珠寶、玩偶、刺繡、石材、陶瓷、玻璃製品等(如下表 4-18，表 4-19)。

表 4-18：工廠登記家數

類型	家數	類型	家數
金屬製品製造業	141	電力及電子機械器材製造修配業	24
機械設備製造修配業	122	成衣及服飾品製造業	17
食品製造業	75	紙漿及紙、紙製品製造業	9
木竹製品製造業	56	皮革毛皮及其製品製造業	8
塑膠製品製造業	39	非金屬礦物製品製造業	6
傢俱及裝設品製造業	34	化學材料製造業	7
印刷及有關事業	38	紡織業	7
運輸工具製造修配業	38	橡膠製品製造業	4
雜項工業製品製造業	24	精密器械製造業	2
金屬基本工業	23	菸草製造業	1
化學製品製造業	19	總計	694

資料來源：嘉義市統計要覽。

表 4-19：手工業家數

類型	家數	類型	家數
金屬製品	77	竹藤製品	20
木材製品	73	編織及刺繡製品	17
其他手工業品	54	石材製品	14
珠寶製品	35	陶瓷製品	13
玩具及玩偶製品	32	玻璃製品	12
皮革製品	29	總計	376

資料來源：嘉義市政府建設局

3. 嘉義市工業區未來展望

未來嘉義市的產業發展趨勢仍以三級產業為主，一級產業之就業人數與產業規模將逐年下降(見下圖 4-3)。另外就目前嘉義市都市計畫用地的使用情況，也可發現目前嘉義市工業發展的規模與密集度都不大，產業則以傳統的輕工業為多數；再者，將嘉義市與嘉義縣的工業發展做一比較(如下表 4-20)，也可發現不論是工廠登記家數、重工業家數、固定資產投票金額、營收…等規模都與嘉義縣相差甚多。顯示從上位計畫到地方的發展，嘉義縣都較嘉義市有較多資源與發展的空間。

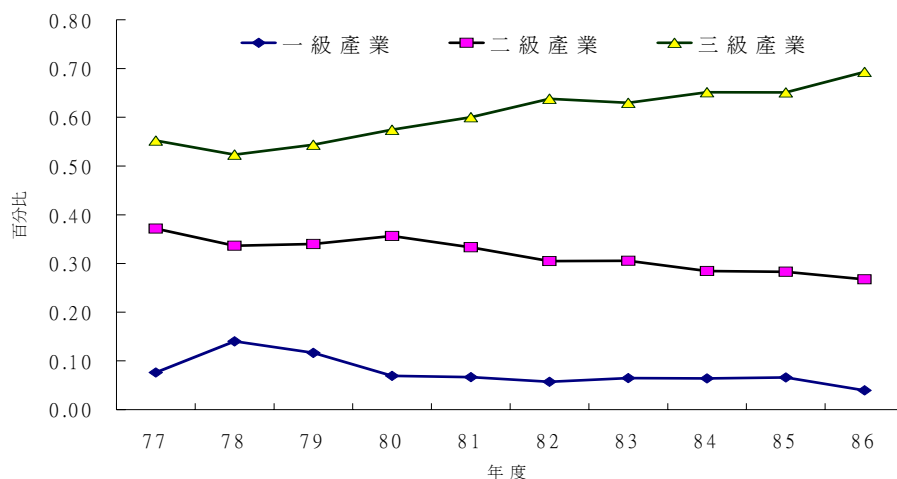


圖 4-3：嘉義市近十年各級產業發展趨勢

資料來源：嘉義市綜合發展計畫

然而，在政府大力推促「產業升級」的同時，研擬輔導廠商朝向高附加價值、高科技與技術性之產業發展政策，讓本地之企業都能繼續將「根」留嘉義並創造良好的發展契機。應該是相關單位在擬定產業發展政策時不可或缺的重要議題之一。

表 4-20：嘉義縣市工業區概況

項 目	年份	嘉義縣	嘉義市
工廠登記現有家數 (家)	91	1,820	649
重工業工廠家數 (家)	89	714	311
工廠全年固定資產投資金額 (千元)	89	15,137,617	386,570
工廠從業員工人數 (人)	89	41,311	8,215
工廠營業收入 (千元)	89	148,783,025	17,351,561
營利事業銷售額 (千元)	91	192,569,808	155,280,217
營利事業營業家數 (家)	91	17,656	14,928

資料來源：行政院主計處

第三節 嘉義市特有資源分析

本計畫所謂「特有資源」，並非指其他縣市無法或沒有擁有而屬嘉義市獨有之資源，而是指嘉義市所掌握或擁有較突出或具發展潛力之資源。

鑑於嘉義市幅員不大，不論在天然、土地或人力等資源上與其他縣市相較或不突出。然而，嘉義市建城歷史悠久，文化資源豐富，為其一；嘉義市地處嘉南平原，人才輩出，醫療資源冠於全國，為其二；另外，學術風氣興盛，人文素養優良，週邊大學院校資源豐富，為其三。最後，嘉義市地處阿里山下，為阿里山鐵道起點，觀光資源亦有良好發展，為其四。以下分別介紹此四種資源現況。

一、嘉義市醫療資源概況

嘉義市向來有非常豐富的醫療資源，有鑑國內人口高齡化與對保健觀念之重視，嘉義市之醫療資源發揮空間與潛力十分龐大。

(一) 嘉義市醫療資源發展現況

嘉義市的醫療資源豐富。依據行政院衛生署統計資料顯示至 91 年底，嘉義

市有 14 家醫院及 352 家診所，病床數 3,455 床，每萬人口病床數為 128.96，而台灣地區為 59.23。每萬人口執業醫事人員數為 151.17，而台灣地區每萬人口執業醫事人員數為 77.90。由此可知，嘉義市的『醫療資源』為全國最充沛的地區，因而市民獲得醫療上的照護的資源相對的也比起其他縣市居民多。

此外，嘉義市每萬人口一般病床數為 76.11 床，居全國第一，並將近兩倍於台灣地區平均(詳見下表 4-21)。每萬人口西醫數 24.82 人，為全國第三，僅次於台北市 (26.82)、台中市 (25.1)，為衛生署公告的醫療資源過賸地區。地小人稠的嘉義市擁有極高密度的醫療服務資源，超過行政院衛生署所訂定的各項醫療網計畫目標。市民可分配的各項醫療資源亦為全國之前茅，以此優渥的醫療資源，應發揮其最大效能，使嘉義市民眾，甚或鄰近縣市的民眾，獲得優良醫療環境資源配置最佳化。

表 4-21：嘉義市與台灣地區都市型城市 91 年底醫療統計

地區	醫療機構(所)	排序	醫事人員(人)	排序	病床數(床)	排序	每萬人口病床數(床/萬人)	排序	每萬人口一般病床數	排序	每萬人口西醫數	排序	每萬人口(急性)精神病床數	排序	每萬人口(慢性)精神病床數	排序
台灣地區	18,228	-	175,444	-	133,398	-	59.233	-	40,384	-	14,001	-	2.37	-	4.7	-
嘉義市	366	6	4,050	5	3,455	5	128.96	1	76.11	1	24.82	3	4.14	2	8.21	1
基隆市	292	7	2,638	7	2,559	6	65.37	6	39.9	5	13.44	6	1.99	6	3.7	2
新竹市	368	5	3,269	6	2,444	7	64.52	7	35.48	7	13.28	7	1.32	7	0	7
台中市	1,533	3	13,731	3	8,633	3	86.62	2	57.18	3	25.1	2	2.21	5	3.4	4
台南市	806	4	6,458	4	5,130	4	68.49	5	39.66	6	17.61	5	2.28	4	0.55	6
台北市	2,645	1	35,939	1	22,080	1	83.58	3	58.78	2	26.82	1	4.44	1	1.76	5
高雄市	1,535	2	14,935	2	10,909	2	72.27	4	50.73	4	17.77	4	2.97	3	3.59	3

資料來源：嘉義市政府衛生局

目前嘉義市之醫療院所包括行政院衛生署嘉義醫院、財團法人嘉義基督教醫院、財團法人天主教聖馬爾定醫院、嘉義榮民醫院等四間公立醫院，及包括大仁醫院、盧亞人醫院…等十餘間私立醫院。另外各科之私人診所林立亦為嘉義市區之

一大特色。另外，嘉義市健保特約藥局有 58 家，一般藥局有 39 家；西藥販賣業者有 53 家、中藥房則有 256 家。

(二) 嘉義市長期醫療照護資源與相關計畫

(1) 嘉義市之長期醫療資源

嘉義市之都會形態、適中的面積及區域、平緩的地勢、優良的生活環境、充沛的醫療資源等豐富的條件，均為極優厚的條件，足以發展出完善的長期照護資源，目前嘉義市長期照護資源的質量也已大幅提升，包括護理之家及養護機構的病床計一千三百餘床(如下表 4-22 所示)，包括居家護理所 4 家，已立案之護理之家共計 6 家 885 個病床數，已立案之養護機構共計 8 家 430 個病床數。

整體而言，嘉義市之醫療保健發展目標，應以提昇嘉義區域醫療網整體品質為長遠目標。嘉義市之醫療資源已超越嘉義市民的需求，實際上在過去及目前，嘉義市鄰近鄉鎮市之民衆，亦皆以嘉義市為其醫療資源供應點，因此，嘉義市之醫療資源服務人口及範圍，實應涵蓋全嘉義醫療網，並擴大至嘉南地區。

表 4-22：嘉義市長期照護醫療現況統計

機構名稱	居家護理所	護理之家		養護機構
		立案	基金申請	立案
家數	4	4	2	8
床數	-	485	400	430

資料來源：嘉義市衛生局 92 年衛生白皮書「嘉義市長期照護醫療現況統計」

(2) 「建構長期照護體系先導計畫」在嘉義市之執行成果

由於行政院社會福利推動委員會長期照護專案小組，八十九年一月四日核定「建構長期照護體系先導計畫」，由內政部與衛生署合辦，擇定本市為城市型實驗社區，主要目標為規劃我國長期照護體系建構之策略藍圖，希望能建構我國社區照顧系統，支持身心功能障礙民衆，延長他們留住家庭或社區的時間。此一計畫的推動，一方面，希望能改善我國照顧體系偏重機構照顧的缺失；另一方面，

希望能建制社區照顧網絡，支持家庭提供照顧，降低家庭對外籍監護工的過度依賴，達到民衆「在地老化」的願望。

為能測試所擬策略之本土可行性，俾利全國推廣，希望能建立具體社區照顧模型，以供各界觀摩，達到推廣之效。「建構長期照護體系先導計畫」選擇嘉義市與台北縣三鶯社區為實驗社區，自民國九十年十一月三日在嘉義市開幕已逾一年。計畫主要在嘉義市建置各項社區照顧資源，包括居家服務、居家復健、居家照護、緊急救援通報系統、居家無障礙設施設備改善。而照顧住宅、失智症日間照顧中心及家庭托顧服務，更是全國首創新型服務模式。

到民國九十一年十二月為止，該計畫在嘉義市已接觸 1,460 位個案，完成 797 位個案的需求評估，目前有 319 位個案開始接受服務，以接受服務者的年齡來看，64 歲以下者佔 17%，65 歲至 74 歲佔 28%，75 歲至 84 歲佔 41%，85 歲以上佔 14%。從接受服務者身體狀況來看，中重度失能者高達 54%，一至二項失能者佔 33%，三至四項失能者佔 16%，五項以上失能者佔 38%，而並未失能但具猝發性疾病危險者佔 14%。再從使用服務的情況來看，使用率最高的是「居家服務」，排名第二「緊急救援」，排名第三的是「居家復健」。再者，約 65% 民衆選擇使用一項服務，接受兩項服務者有 25%，同時接受三種以上者有 10%。大多數民衆都很滿意提供的服務，但民衆的戒心與不瞭解是推展長期照護體系先導計畫的最大障礙，未來實驗社區中心應展開社區巡迴講座幫助民衆多瞭解老化問題與如何利用長期照護服務，俾能幫助更多家庭。

整體而言，嘉義市之醫療保健發展目標，應以提昇嘉義區域醫療網整體品質為長遠目標。嘉義市之醫療資源已超越嘉義市民的需求，實際上在過去及目前，嘉義市鄰近鄉鎮市之民衆，亦皆以嘉義市為其醫療資源供應點，因此，嘉義市之醫療資源服務人口及範圍，實應涵蓋全嘉義醫療網，並擴大至嘉南地區。如此相信能使嘉義市之醫療資源更盡其用。

二、嘉義市文化資源

嘉義市位在富庶的嘉南平原中心，雖然沒有大都會光鮮亮麗的舞台，卻凝聚豐沛的人文藝術氣息。日治時期因阿里山林場的開發，加速嘉義市的現代化，創造出文化藝術萌芽成長的條件，孕育出陳澄波、林玉山、蒲添生等衆多藝術大師，在短短一百公尺的「嘉義美街」上，誕生數十位傑出的詩人、畫家、書法家、雕

塑家，為嘉義市贏得「畫都」的美譽。有「台灣國寶」之稱的交趾陶也在嘉義生根茁壯，揚名國際。

嘉義市一直以藝文休閒與自然遊憩為主軸，試圖營造成為「藝術之都、花園城市」，過去也曾策劃過許多藝文活動，例如：「陳澄波，嘉義人」、「嘉義美術」、「雕塑嘉義」、「嘉義交趾節」、「嘉義文化節—森林鐵道傳奇」、「嘉義國際管樂節」、「2000 亞太管樂節在嘉義」...等等文化休閒活動。

本計畫將目前嘉義地區現在相關資源分為三大部份，分別為「自然觀光資源」、「文化資源」以及「其它支援性資源」。雖然諸羅建城 300 年，但是嘉義市長期以來一直給人一種神秘的感覺，而這些歷史悠久的資源也並未替嘉義市創造出獨特的競爭力及特色。在內需就業人口過剩下，嘉義市不斷地人口外移，根據行政院主計處資料顯示，民國 91 年嘉義市失業率已攀升到 5.23%，本計畫希望能針對目前現有資源的了解，發展創意型地方特色產業，協助具有獨特性之文化工藝產業，發展其經濟利益，提升產品或服務的附加價值，促進文化產業增值，進而能夠帶動周邊產業的發展。

(一) 古蹟文物

嘉義市內擁有八處指定古蹟，包含三處三級古蹟，另包含多處歷史建物。以類型觀之，嘉義市的文化地景與古蹟文物仍以宗教建築為主，可見以嘉義市長久之發展歷史，未來可進一步結合宗教文化，強化嘉義市為「文化古城」之空間發展意象。下表 4-23 整理出目前嘉義市內相關古蹟文物。

表 4-23：嘉義市內古蹟文物

名稱	類別	位置或地址	特點	備註
義民廟（義士廟、五百三公廟）	宗教建築	圓福寺右側前方	紀念朱一貴一役中殉難之義民 503 人	
忠義十九公廟	宗教建築	公明路	1908 年初建，前身為 200 年前之忠義十九公墓	
彌陀禪寺	宗教建築	彌陀路一號	1741 年成立至今，為佛教寺院，彌陀晨鐘為嘉義八景之一。	
仁武宮	宗教建築	北榮街 54 號	成立於 1701 年，為嘉義市最早祭祀大道公的廟宇	市定古蹟

財團法人嘉義朝天宮	宗教建築	延平街 276 號	嘉義歷史最悠久的媽祖廟	
嘉義市城隍廟	宗教建築	吳鳳北路 168 號	嘉義地區最知名的城隍廟	第三級古蹟
東安宮	宗教建築	公明路 139 號	整修中	
大天宮	宗教建築	和平路 84 號	康熙 46 年成立，占地 600 坪，每年於神農聖誕舉行慶典。	
三山國王廟	宗教建築	成仁街 142 號	成立於 1774 年，乏人管理，資料多遺失	
鎮南聖神宮	宗教建築	共和路 118 號	成立於 1772 年	
雙忠廟（元帥廟）	宗教建築	忠孝路 88 號（東市場內）	1689 年成立，嘉義市歷史最久的古廟。廟中有崑曲團體--鳴玉柱	廟內有明、清時代的香爐、印章
開甲廟	宗教建築	北榮街 4 巷 6 號（原來位於北門城的頂樓）	廟內玄天上帝神像約有 280 年歷史，出於大陸泉州師傅手藝	
九華山地藏庵昭忠祠	宗教建築	民權路 255 號	仿日本寺廟設計，地藏王鎮金尊是葉王作品，廟內有清朝的大算盤、康熙年間自大陸運來的地藏王菩薩	
武當山玄天上帝廟	宗教建築	新民路 555 巷 8 號	每年農曆 3 月 6 日配合玄天上帝誕辰舉辦盪鞦韆大賽	
基督教東門教會	宗教建築	垂楊路 309 號	1946 年建立，建築頗具特色，附設星光幼稚園	
嘉義長老教會	宗教建築	共和路 236 號	1973 年建立，建築物外型特殊醒目，附設榮光幼稚園。	
嘉義浸信會	宗教建築	文化路 81 號	1952 年建立，教堂建築白柱、白牆，羅馬式建築。	
福德祠、開基古廟	宗教建築	公明路 255 之 1 號	全嘉義市第一座土地廟，有三百多年的歷史，故有開基古廟之稱。附近的街道又稱布街，因為	

			早期居民多以染布為生。	
朱子公廟	宗教建築	北港路 898 號	嘉義地區唯一供奉朱熹的廟宇	
真耶穌教會	宗教建築	和平路 138 號	西元 1938 年創立，其教堂造型頗具特色	
博愛基督教長老教會	宗教建築	博愛路一段 320 巷 19 號	建築物及鐘樓建築頗具特色	
嘉義市立文化中心	文教建築	忠孝路 275 號	嘉義地區藝文行政與活動的中心	
孔廟	文教建築	嘉義公園內	西元 1706，康熙四十五年初建，大成殿左側有清嘉慶年的重修文廟碑。	
(舊)嘉義縣議會	衙署	中山路 199 號	建於 1932 年(昭和 7 年)，之前為嘉義稅務出張所，由台灣總督府官房營繕課規劃設計	目前暫為工務局工程隊辦公處
台灣省菸酒公賣局嘉義分局	其他	中山路 659 號	約建於 1930 年代，由專賣局營繕課建造	
台灣省菸酒公賣局嘉義酒廠	其他	中山路 616 號	原為專賣局嘉義支局酒精工廠，於 1930 年由專賣局營繕課所建造，現僅一樓在使用，餘暫封閉	R.C. 煙囪為德國人設計
義民塔	紀念物－陵墓	彌陀寺旁	紀念林爽文之役、五百三公與戴萬生之役殉難義民之靈骨	
一品夫人王門許氏墓	紀念物－陵墓	盧厝里羌母寮 41 號	清代水師提督王得祿兄嫂之墓，其嫂因撫養王得祿，故卒後追贈一品夫人	第三級古蹟
陳澄波雕像	紀念物	文化中心廣場	陳澄波為第一位入選日本帝國美展油畫部的台灣人。雕像的塑造者蒲浩明為陳澄波的外孫，也是名雕塑家。	
二二八紀念碑	紀念物	彌陀路忠義橋頭	全國首座二二八紀念碑	
福康安生祠	紀念物	嘉義公園內	清代福康安大臣平定林爽文之	

碑			亂，解除諸羅城之圍，乾隆皇帝御此碑文褒揚。	
嘉義火車站	交通設施	中山路 528 號	1.西元 1908 年建，日據時代建築，頗具特色。 2.二二八事件時，許多人在此遭到槍決。	市定古蹟
嘉義市運動公園	公共建築	大同路 100 號	民國 85 年落成，為多功能的運動公園，其前有蒲浩明的雕塑與馬賽克壁畫。	
中央噴水池、七彩噴水池	公共建築	中山路與文化路交叉處	1.民國 57 年由當時市長許世賢督工興建，成為每次選舉前一夜候選人大幅造勢之地。 2.由於嘉義市略呈蟠桃形，而今中央噴水池附近位處蟠桃之尾，故稱桃仔尾	
清香亭	公共建築	嘉義公園內	西元 1906 年建，為日本傳統式建築，為閣式數寄屋 (Sukiya)，全部以檜木建造。	
振昌木材工廠辦公廳社	產業建築	現已拆除，修復計畫研擬中。	1.該建築全部以阿里山的紅檜木興建，約有六十年歷史。 2.全部採用日本瓦片，使用木釘而沒有任何鐵釘。	
豬灶 (嘉義肉品市場)	產業建築	文化路 554 巷內	1.過去為嘉義市豬隻屠宰場，現已拆除改建公園。 2.目前屠宰場移至文化路 1091 號	
自來水廠加壓站	產業建築	民權路旁，植物園附近	1.西元 1911 年，日據時代建造，早期是自來水公司用來測量水流量。 2.建築物約佔十坪，但為仿巴洛克式建築，頗具特色。	
嘉義藥局	產業建築	中正路 577 號	1947 年由何先生所設計，為一私有建物，目前保存良好仍使用中	
嘉義侯耳鼻喉科	產業建築	公明路 299~301 號	建造年代不詳，亦為一私有地上二層建物，原為三戶人家，後內	

			部改建打通	
自來水公司 公園淨水廠	產業地景	水源地 37 號	1911 年建立，供應嘉義及民雄地區用水，內部花木扶疏，景致宜人。	
蘭井、紅毛井	產業地景	蘭井街 83 號	此井為荷據時期由荷蘭人所鑿，相傳泉水終年不涸，「蘭井泉甘」為嘉義八景之一。因荷蘭人頭髮為紅色，又稱紅毛井。	
蘭潭、紅毛埤	產業地景	鹿寮里紅毛埤 187-4 號	「蘭潭泛月」為嘉義八景之一。早在荷據時代便截八掌溪水入此，築潭為埤，後重建堤壩，作為自來水源。	
杉池	產業地景	目前文化中心附近空地	日據時代的木材儲存場，是當年嘉義市木材業發達的見證。	
森林鐵路蒸汽火車頭	產業文物	嘉義公園內	1912 由美國 Lima 公司製造，以運送阿里山的木材為主。	
北門車站、阿里山森林火車	產業文物	忠孝路 304 號	該站為林務局所有，為阿里山鐵路的起點。	北門車站為市定古蹟
八掌溪義渡碑	古蹟文物	彌陀寺旁的小丘	設立於 1847 年	第三級古蹟
聯義局民團守城殉難碑	古蹟文物	彌陀寺旁	清同治二年間，約 220 義民協助守軍守城殉難之紀念。	
二二八紀念公園	園林	嘉義高中附近	全國首座紀念二二八事件的紀念館與公園	
嘉義公園	園林	中山路底	1. 建於日據時代明治 43 年，原名嘉義公園，政府遷台後改名中山公園，民國 86 年又恢復原名。 2. 園內古木參天，風景雅致。	嘉義神社位於其內，被列為市定古蹟。
米街	傳統聚落—市街	成仁街(中山路至光明路之間)	舊時米店林立，故稱為米街。	目前發展為美街
布街	傳統聚落—市街	公明路，福德祠一帶	舊時附近居民以染布為生，每天早晨都可看到染布的工作情形，故名為布街。	

打鐵街	傳統聚落 —市街	仁武里北榮 街四巷	過去農業時代割稻、收甘蔗及上山造林需要許多刀具，多半在此購買，興盛時期有十多家打鐵店，目前僅剩一家。
-----	-------------	--------------	--

資料來源：嘉義市綜合發展計畫

(二) 手工藝製品

根據嘉義市綜合發展計畫，嘉義市內共登計 376 家相關手工藝廠商(詳見下表 4-24)，其中以屬「金屬製品」、「木材製品」以及「其它手工業品」分居前三名，其中最為衆人所知的如交趾陶、石猴等。

表 4-24：嘉義市手工藝製品家數

類型	家數	類型	家數
金屬製品	77	竹藤製品	20
木材製品	73	編織及刺繡製品	17
其它手工業品	54	石材製品	14
珠寶製品	35	陶瓷製品	13
玩具及玩偶製品	32	玻璃製品	12
皮革製品	29	總計	376

資料來源：嘉義市綜合發展計畫，民國 88 年 12 月

(三) 表演藝術

近年來，國家開始重視到地方表演藝術團體的發展，因此嘉義市文化局開始不斷為本市之演藝團隊爭取扶植及補助的機會，除此之外，每年更評選出嘉義市之傑出演藝團隊，使得地方表演藝術團體的發展空間更為寬廣，經費較為寬鬆，擁有更多的時間從事本身藝術專業研究工作。下表 4-25 便列出嘉義市較具特色的表演團體。

表 4-25：嘉義市表演團體

類別	團隊名稱	負責人	團隊特色
音樂	蘭潭樂坊國樂團	陳金順 郭素帆	成立於八十六年中，係以本市學生和國樂類科教師為主幹，加上對國樂有興趣的社區青年，組成這支在地方上全力推動國樂發展的團隊。
音樂	典樂國樂團	文翊樺	成立於九十一年五月，成立主要宗旨為發揮社會教育及宏揚文化，推廣傳統文化，保存民間優良音樂，帶動社區文化發展，推廣傳統音樂欣賞人口，讓國樂深入社會各階層。
音樂	嘉義室內合唱團	曾維民	成立於八十九年七月，結合嘉義市音樂愛好者，共同來營造絕佳的音樂環境。以臺灣的鄉土為素材，推展本土的合唱、歌劇、音樂劇，期望能夠建立一個小而美的表演團體。
戲劇	小茶壺兒童劇團	蔡勝德 蔡佳燮	成立於八十五年間，為本市推動兒童戲劇最具代表性之團隊，演員平日均有正當職業，每週四固定排練，配合各地方之邀請另外加練，雖未達職業劇團之水準，卻有極其專業之演出內涵。
戲劇	長義閣職業掌中劇	黃錦章	於八十六年二月份立案，是一個新的傳統布袋戲團，成員雖然不多，對於掌中劇之演出卻是非常投入，各地廟口廣場經常可見他們的足跡，將我國古代民間故事以掌上功夫推展進入社區。
舞蹈	如婷舞蹈團	陳春蓉	於八十七年十月份成立，成立宗旨在培養社區民衆對舞蹈的認識，提升舞蹈的社會功能與教育價值。由公開演出之形式，引導民衆之參與動機，推動各類舞蹈教育，開放民衆之舞蹈視野，提供正確舞蹈教育之觀念。

資料來源：嘉義市文化局網站

除此之外，嘉義市早已是亞太地區享有盛名的「管樂之都」。已連續舉辦十一屆的「嘉義市管樂節」，逐漸在亞太及國際間打開知名度，成為台灣知名的音樂盛會之一。

每年的歲末時節，嘉義市管樂節在廣大市民殷切期盼下熱鬧登場，不僅提供全台管樂團隊一年一度成果發表的重要舞台，也是將國際著名管樂團隊引介給國內管樂迷的絕佳機會。當亮麗的銅管合奏、悠揚的木管齊鳴，來自全台乃至全世界的聽眾蒞臨本市同歡，讓位於北迴歸線上的城市突然搖身一變，喚發出完全不同的風貌，展現台灣生命活力的另一樂章。

舉辦國內空前的「愛樂者管樂聯合演奏會」，獲得極大的迴響，開啟了日後嘉義市歲末年初舉辦大型活動的濫觴。民國八十三年，嘉義市立文化中心籌辦了

「第一屆管樂節」，八十七年的「97 嘉義國際管樂節」及第七屆嘉義市管樂節、八十八年的「2000 年亞太管樂節在嘉義」、八十九年的第九屆管樂節、九十年的「2001 年嘉義市國際管樂節」及九十一年年的「2002 年嘉義市國際管樂節」，迄今已邁入第十二屆，年年皆獲得民衆熱烈迴響，更引起國際管樂界的矚目，累積十年的經驗與口碑，獲得「嘉義為台灣管樂之都」之美譽。

(四) 創意文化園區

為配合行政院「2008 國家發展計畫」，特於嘉義舊酒廠規劃「創意文化園區」。創意文化園區之設置，係結合財政部菸酒公賣局民營化後之即將閒置酒廠，包括台北華山、花蓮、嘉義、台中、台南等五地酒廠，將承載工業文明遺留下的廠房做有機的串連，使這些「工業文化遺產」成為國家在工業發展後，活化再利用的典範。具體作法：針對既有建築物現況與結構安全調查、測繪、修繕與園館營造，及特區周圍環境景觀改造。園區規劃成包含公園綠地、創意設計工坊及創意作品展示中心的創意文化特區等。

設置創意工坊讓許多藝術家、創意設計者能夠集中，彼此觀摩學習，提升國家設計能力，也提升國民生活的美學需求，增加附加價值的創意產品。展場與賣場提供創作者與消費者互通的平台，以最具台灣味的創意表演與產品設計，吸引觀光人潮，增加服務性就業機會，增加設計產品產值。

(五) 其他支援性資源

1. 鄰近地區高等教育

目前嘉義地區擁有國立嘉義大學、國立中正大學、私立大同技術學院、吳鳳技術學院及南華大學等五所大專院校。大多集中於嘉義市及民雄鄉，涵蓋科系所包含：教育、農藝、商學、文學及理工科系。其中農藝及商業類科可與嘉義縣市未來觀光發展之資源相互支援。

2. 形象商圈計畫

看過台南市的安平古街、台中市的精明一街，這此都是全國知名的形象商圈，商圈入的店家都努力呈現不同一般商店街的特殊風格，消費者可以花上一整天在暢遊每一家店，逗留、欣賞每一位店老闆的精心傑作。在市政府的幫助下，

嘉義市的三大商圈已逐漸成型，三大商圈分別為「大雅路形象商圈」、「中正公園形象商圈」和「中正路商店街」。其中中正公園形象商圈獲經濟部個九十年起分三年三階段輔導，以帶動市中心區經濟繁榮及改善市容觀瞻。而大雅路藝術造街則獲得中央核撥一百七十萬元辦理規劃設計，希望經由街道景觀設計(包括停車、公共空間、街燈照明、街道傢俱、街道景觀、鋪面等)創造出獨特風格的區域文化景觀，帶動文化休閒風潮。

經濟部商業司為促進國家整體商業現代化，特在『促進商業全面升級方案』中之『拓展經營空間，改善商業環境』分項策略，將形象商圈塑造與推廣列為工作計畫的一環，依此目標規劃，嘉義市特選定『中正公園商圈』為示範點，預計在三年三階段中(民國90年至92年)，推動執行各項策略方案，強化商圈競爭力，塑造中正公園商圈『休閒、消費、藝術』的新風貌。

中正公園位於嘉義市中心，於民國七十四年、七十五年間落成使用。自遠東百貨進駐附近後，由於環境幽雅及不乏人潮流動，各種服飾、精品、小吃、餐廳等絡繹開立。八十八年起中正公園重新整修，經濟部商業司「商圈更新再造」開始投入輔導。中正公園形象商圈主要商家皆環繞中正公園四周，因公園綠意幽雅及其別具特色的露天表演台，長許多活動進行，所以整體經營走向了藝術與休閒的生活商圈，希望結合商圈環境優勢，共榮發展。並成立了商圈聯誼會，邀集商家共同辦理促進活動，更在第一屆「嘉義街頭藝術節」成功落幕後，肯定商圈未來發展方向以「藝術、休閒的生活商圈」為發展目標。

此外，中正公園形象商圈地處於嘉義市中心最繁榮區位，所擁有的完善設施及商業條件在嘉義市未來發展上扮演極重要角色。利用公園的地利之便結合商圈內各業種的店家，多角化結合各方資源，帶動商業與藝文休憩共榮發展，向上提昇整個商圈購物環境的質與量。

中正路早期又稱「二通」，位於嘉義市中心且鄰近火車站。商圈內的老字號店舖多已經營神像雕刻、刺繡、藥材批發、竹籐用品等為主。在經濟部商業司積極輔導的努力下，目前已完成商圈附近停車位的規劃、商店招牌的統一、電線電纜地下化等具體成果。未來商圈經營的特色，將朝向結合商圈內歷史建築物與提昇商圈精緻消費文化的方向努力，塑造中正路商店街新胡同式的風格。

表 4-26：嘉義市形象商圈

地點	商圈範圍	商圈特色內容
大雅路形象商圈	大雅路	經由街道景觀設計創造出獨特風格的區域文化景觀，帶動文化休閒風潮。
中正公園形象商圈	中山路至民權路段 忠義街至國華街段	一、商圈組織落實，帶動改善風潮。 二、提昇經營體質，再造商圈新契機。 三、塑造商圈新形象，展現休閒、消費、藝術廣場新風貌。
中正路商店街	中正路	一、商圈內的老字號店舖多已經營神像雕刻、刺繡、藥材批發、竹籐用品等為主。 二、結合商圈內歷史建築物與提昇商圈精緻消費文化的方向努力，塑造中正路商店街新胡同式的風格。

資料來源：本計畫整理

(六) 小結

城市文化表現在市民的生活品質，良好的生活環境則是吸引和留住人才的主要因素。人才、創意、生活充分結合，才能為城市文化注入源源不絕的活水。可以將具有嘉義特色的工藝產業，以生活化的方式，策劃主題展示，如木材「手工坊」、石猴「花果園」、交趾「陶然居」、藝術「跳蚤市場」等等，並與釀酒、美食、空間設計、園藝花卉等生活要素相結合，成為「生活產業創意中心」，藉由創意工坊的研發設計，讓傳統文化特色發揚光大。

設置創意工坊讓許多藝術家、創意設計者能夠集中，彼此觀摩學習，提升國家設計能力，也提升國民生活的美學需求，增加附加價值的創意產品。展場與賣場提供創作者與消費者互通的平台，以最具台灣味的創意表演與產品設計，吸引觀光人潮，增加服務性就業機會，增加設計產品產值。

政府上位計畫結合地方資源，配合著文化創意園區座落在市中心鬧區，進而

點然創意之火，首要之務是「培基固本」，協助業者提升技藝，產業升級，培育「創意設計人才」，扶植「文化創意產業」，透過創意巧思，將富涵濃濃諸羅風味的文化資產，轉化成流行時尚，融入城市生活，塑造嘉義的城市風格。「嘉義文化生機現，諸羅創意朵朵開」正是本計畫對於嘉義市最大的期待。

三、嘉義地區學術暨研究資源概況

嘉義市及臨近地區學術資源豐富，大學院校包括位於嘉義市之國立嘉義大學、位於臨近地區之國立中正大學、南華大學及吳鳳技術學院…等。近年由於中小企業創新育成中心等各方產學合作交流日趨密集，嘉義地區學術資源之應用自然與產業發展習習相關。本計畫整理相關較具特色之資源加以簡述。

(一) 學術單位資源

1. 國立嘉義大學：

位於嘉義市，是一所新合併之綜合大學，民國八十九年二月一日，由國立嘉義師範學院及國立嘉義技術學院整合成立，為雲嘉地區最具歷史與規模的大學。國立嘉義大學六個學院涵蓋人文，藝術、教育、農業、理工、管理、生命科學等學術領域。嘉義大學另設有進修推廣部，提供嘉雲南地區在職人員進修，充分利用教育資源，服務及回饋社區。

2. 國立中正大學：

位於嘉義縣民雄鄉，成立於民國七十八年，校地廣大，資源豐富。學術單位包括文學院、理工學院、社會科學育、管理學院、法學院、教育學院…等。另有包含中小企業創新育成中心、自動化研究中心…等 20 餘類研發單位。是一所學術及研究資源相當豐富之學府(見下表 4-27)，可提供嘉義地區產業發展上重要之技術支持。

表 4-27：嘉義大學與中正大學之學術與研究單位

學校	學術單位	研究單位
嘉義大學	師範學院、人文藝術學院、管理學院、農學院、理工學院、生命科學院、通識教育中心、語言中心	中草藥研發中心、原住民生產力培訓中心
中正大學	文學院、理工學院、社會科學、管理學院、法學院、教育學院、通識中心、語言中心	包括中小企業創新育成中心、認知科學研究中心、語文與文學研究中心、自動化研究中心、產業發展與預測研究中心、電信研究中心、製商整合研究中心、生物技術暨工程中心、民意調查研究中心、醫療資訊管理研究中心、管理再造與人力資源研究中心、先進工具機研究中心、網際網路研究中心、兒童發展研究中心、貴重儀器管理中心、公共政策及管理研究中心、犯罪研究中心、奈米設計與原型發展中心、台灣自旋科技研究中心、精密模具研究中心…等。

3. 南華大學：

南華大學是由佛光山星雲大師所創辦的綜合大學，於民國 85 年開校啟教。自創校以來即以發揚中國古代書院傳統、重建人文精神、樹立二十一世紀新型大學為目標，逐步增設人文、社會、管理等學院。

其中自然醫學研究所與生死學系是國內頗具特色之系所，自然醫學包括自然療法研究與生物醫學科技研究，自然療法有別於現代醫學的「對抗療法」，強調不用藥醫學，其內容包含：(1)音樂療法；(2)能量療法；(3)食物療法。生物醫學科技則成立「自然醫學實驗室」，從事自然醫學相關學術科技產品之研究與開發。

4. 吳鳳技術學院：

由創校人彭文鴻女士於民國五十四年創建，原名為「吳鳳商業專科學校」。八十九年正式升格為「吳鳳技術學院」。現有國際企業管理、資訊管理、電子工程、電機工程、會計、資工、化工、機械、幼保、電子商務、保全、消防…等科

系。

(二) 相關研究單位

1. 國立嘉義大學中草藥研發中心

國立嘉義大學於民國 92 年底，為配合經濟部所推動之「中草藥產業技術發展五年計畫」，期將台灣建立為中草藥科技島造就高科技產業第二春，以原有之農業成果為基礎發展其新特色，引入中草藥之設施及生物活性相關生物技術之教學及研究，依其組織章程第八條之規定，成立「嘉義大學中草藥研發中心」，積極結合雲、嘉、南地區之產業及地方政府資源，培育兼具有生物技術及中草藥背景之高科技人才。

此中心將對雲嘉平原提供實質貢獻，以更健康、養生及高品質之現代中草藥研發技術和知識引入以加速農業之轉型，亦以科學之考證闡揚中草藥對人類健康福祉之貢獻。

2. 中正大學相關研究單位與中小企業創新育成中心

中正大學之研究中心包括中小企業創新育成中心、自動化研究中心、產業發展與預測研究中心、電信研究中心、奈米設計與原型發展中心、台灣自旋科技研究中心、精密模具研究中心…等近 20 餘類。提供相關領域不論學術資源或產業應用良好的基礎。

其中，中小企業創新育成中心近年在產學合作上，以中正大學為研發主體，積極與雲嘉地區各大專院校籌組聯合研發團隊，透過學養豐富的專家學者與產業界的密切合作，滿足廠商在新技術新產品的研發和商務經營管理等多方面需求，達成孕育企業成長與整合運用高等人力資源的目標，降低中小企業在經營與轉型的風險，進而協助企業全面升級。因此普遍獲得廠商及業者的信任及委託，對嘉義地區企業發展貢獻良多。目前績效可由進駐廠商 64 家中有 26 家增資(其中 4 家 2 次增資)，計 30 次增資，增資額 1,127,717,000 元，居全國(大學院校型育成中心)之冠可見其成果卓越。

四、嘉義地區自然觀光資源

嘉義市與臨近地區具豐富之觀光資源，近年來嘉義縣及其各鄉鎮大力發展地

區觀光產業，嘉義市地處嘉義中心，應將既有資源加以結合以發揮綜效之利。

由於嘉義縣市所在之優越地理位置，不僅在縣市範圍內涵概多種特殊地理景觀、倚山靠海的位置也提供遊客多種遊憩選擇，更由於地近台灣早期開發之起始地，區域內多處歷史建築及文化古蹟可供遊客懷古尋幽。

由此可知，嘉義縣市極需將區域內所有觀光資源加以整合，並以動、靜態展售或活動方式，將嘉義地區的競爭特色凸顯，未來酒廠可朝此一政策方向思考。下表 4-28 整理出嘉義地區(嘉義縣、市)相關自然觀光資源，之所以列出嘉義縣乃是因為在未來的觀光遊憩發展上，嘉義縣、市必定扮演著生命共同體不可單獨視之，透過兩都市的合作，必定產生一加一大於二的綜效。

表 4-28：嘉義地區自然觀光資源

資源分類	資源類型	資源內容	觀光遊憩資源分布	
自然 資源	自然 遊憩 資源	湖泊、埤潭	天然湖泊、人工湖泊、埤圳、潭	阿里山
		水庫、水壩	水庫、攔砂壩、水壩	大埔、番路
		溪流、溪谷	溪流、河川、河谷、峽谷、河床	竹崎、阿里山、番路、大埔
		瀑布	瀑布、瀑群	梅山、竹崎、番路、大埔、阿里山
		特殊地理景觀	奇石、露岩、斷崖、洞穴、鐘乳石、峭壁	梅山、阿里山、竹崎
		森林	人造林、天然林、森林遊樂區	竹崎、阿里山
		農牧場	牧場、農牧場	
		特殊動植物及植群景觀	稀有動物、觀賞植物、神木、怪木、野生動物	東石、阿里山
		山陵、山岳	奇峰、高山	阿里山
		海岸	海岸景觀、濱海遊憩區、海濱公園	布袋
		溫泉	溫泉	中埔
		特殊景緻	瞬間景觀、俯瞰、瞭望	阿里山

人文資源	人文遊憩資源	歷史建築	祠廟、民宅、碑坊、官宅、遺址、城廓	東石、布袋、義竹、新港、朴子、太保、水上、溪口、民雄、梅山、竹崎、番路、中埔、阿里山
		民俗	節慶民俗、祭典民俗、地方民俗	阿里山
		文教設施	學校、文化中心、博物館、美術館、念碑、其他演藝、展示場所	水上、太保
		聚落	山地聚落、漁港聚落、城鎮聚落、街鎮聚落、客家聚落	阿里山
	產業遊憩資源	休閒農業	觀光果園、茶園、菜園	梅山、大埔、東石
		漁業養殖	漁港、養殖區	東石、布袋
		地方特產	工藝品、小吃名食	各鄉鎮(市)
		其他特產	二、三級產業、軍事設施與基地、港口、機場、重大建設等	各鄉鎮(市)
	遊樂設施與活動	人工主題園	機械設施遊樂園、遊樂花園(陸域、露營、烤肉)	梅山、大埔
		遊艇港	遊艇港	布袋
	服務體系	住宿	觀光旅館、一般住宿、事業機構住宿、露營	
		交通	空運、航運、陸運(鐵路、公路、景觀道路)	

資料來源：嘉義市綜合發展計畫

第五章 嘉義市特色產業整體規劃分析

本計畫依產業的特性、政府在該產業上之推廣與相關計畫、產業環境分析、以及嘉義市在該產業上既有資源等各部份進行特色產業規劃，並以養生產業、創意文化產業、數位內容產業及生物技術產業為例，選擇此四個產業為備選產業之理由，除了政府上位計畫所倡導，並與現今總體環境趨勢相輔相成，故本計畫依序介紹，以當作本計畫之規劃參考架構。

第一節 養生產業

近年來，由於國民經濟能力提升、週休二日的實施、現代人對健康與休閒概念的重視及要求高品質的生活水準，在生活型態的各層面相較於早期社會都有明顯的轉變。在飲食方面，現代人除了儘可能減少蔬果殘餘農藥造成之傷害外，常可見到為了追求健康而強調生機飲食、高纖食材、藥膳食補、養生湯、素食...等等；在休閒活動上也發展出水療、芳香療法、按摩推拿、氣功、瑜珈...等強調具有養生療效之引導或服務。可見國民在日常生活中，已逐漸重視保健養生之觀念。

促進養生觀念逐漸深植一般民衆的生活，來自社會總體環境各方條件的成熟而水到渠成，就〈經濟面〉，隨國內經濟環境之變遷及國民所得之增加，國人對健康重視程度和休閒養生的需求逐年提高。就〈社會文化面〉，中國自古即有「養生」之概念，而現代人普遍感到工作與生活壓力繁重，影響身心健康日鉅，因此，社會風氣更加重視健康與自然，「養生」遂成風潮。就〈人口統計面〉，由於目前在台灣有人口老化的趨勢，對於生活品質要求高的現代人，已更加重視老年生活品質與個人健康。就〈法律面〉，國內隨著週休二日政策的實施，個人可自由運用的休閒時間增加，對於生活及工作忙碌的上班族而言，更重視每週休憩、養護身心的健康需求。就〈科技面〉，由於科技與醫療技術的進步，使得生物科技與有機健康的產品，備受重視與青睞，讓養生風潮更易推波助瀾。就〈自然環境面〉，在重視環境保護與維護自然的現代社會，發展重視人與環境都健康與自然的養生產業，將更符合自然環境演變與社會需求的發展。

因此，在近幾年的許多商業活動上，涵蓋休閒旅遊業、醫療業、建築業、飯

店業、餐飲業…等服務的相關產業無不打著「休閒養生」或「健康養生」的名號爭奪市場大餅，舉凡老人銀髮住宅、醫療照顧服務、醫療輔具、健檢保健、生機飲食、健康食品、休閒養生農場、養生溫泉會館(水療、藥浴…)、藥膳飲食、民俗療法…等產品或服務都是瞄準了「休閒養生」的龐大商機。

一、養生之定義與養生產業分類

「養生」二字代表濃厚中國古老的文化，古籍中始見於莊子一書之內篇第三篇「養生主」。旨在闡明人類應順應自然的道理，超脫掉人為與物欲的束縛，依其中道而善養生主精神，以期能夠擁有生命的自適與逍遙。莊子之養生哲學，是以善養內在精神為主，尚非追求對於個人形體供養(唐文德，1991)。

關於養生的定義，本計畫斟酌國內碩博士相關學術論文與期刊的資料整理。若就字面上的意義來說，所謂的「生」當然是指生命，包括了「形」與「神」兩方面。所謂「養」，許慎《說文解字》說：「養，供養也，從食，羊聲。」因此，「養生」就可以理解成：供給或滿足生活所需的基本條件，使生命得以延續(董家榮，2003)。然而，傳統思想中所謂的「養生」，意義並不僅止於此。董家榮(2003)認為養生進一步說應該是避免身體受到傷害。當人們已能滿足生命基本所需之後，就可以思考如何讓自己更健康，其中重要的關鍵，就在於如何避免使身體受到傷害而減短壽命。因此，所謂「養生」指的是：「養護生命」。養，即供養之意，也就是提供維持生命的基本需求；護，乃保護之意，也就是避免使生命受到傷害，俾能盡其天年。對於中國養生的觀念，西方有一較為接近的詞：「Regimen」。依據 Collins Cobuild 詞典的定義是：「way of keeping good health」--維持健康之道。陳文鏞(2002)對養生的定義，談「養生」：就目的而言，即在維護身體的健康，達到延年益壽的目標；就方法而言，則在找出能保持身體健康的方法。本計畫綜合以上研究，對養生做出以下的定義：「凡以維持或促進身心健康為目的所從事的活動及方法皆可稱為養生。」

本計畫雖依文獻對養生做出定義，然而一般民衆與消費者會接觸到關於養生的產品與服務實在包羅萬象，所針對的市場與區隔也有所不同。究竟「養生產業」的範圍又該如何規範？到目前為止國內尚未有具體的文獻或政府法規記載規範。要將之整理成一有系統的產業定義實屬不易。

因此，本計畫根據學術資料的定義(理論面)，在一般大眾市場上(實務面)廣泛的蒐集能從事與養生相關的供給者，並依其所提供產品與服務內容試圖歸納出一個養生產業的輪廓。例如：將提供老人居住相關的照顧服務、銀髮族住宅、健檢…等產品與服務歸類為「照顧服務及養生住宅」部份；其次，對於一般將休閒與養生結合的產業如休閒養生中心、休閒旅遊、養生農場以及一般民俗養生療法…等服務歸類為「休閒保健」部份；另外，將一般國人飲食習慣上與養生有關的產品如保健食品、生機飲食、藥膳、中草藥…等歸類為「養生食療」部份；最後，本計畫將關於醫療及保健輔助的器材的相關產品與服務單獨歸類為「醫療輔具」部份。歸納的結果如下圖 5-1 所示，以下依序介紹這四類產業的內容與發展現況：

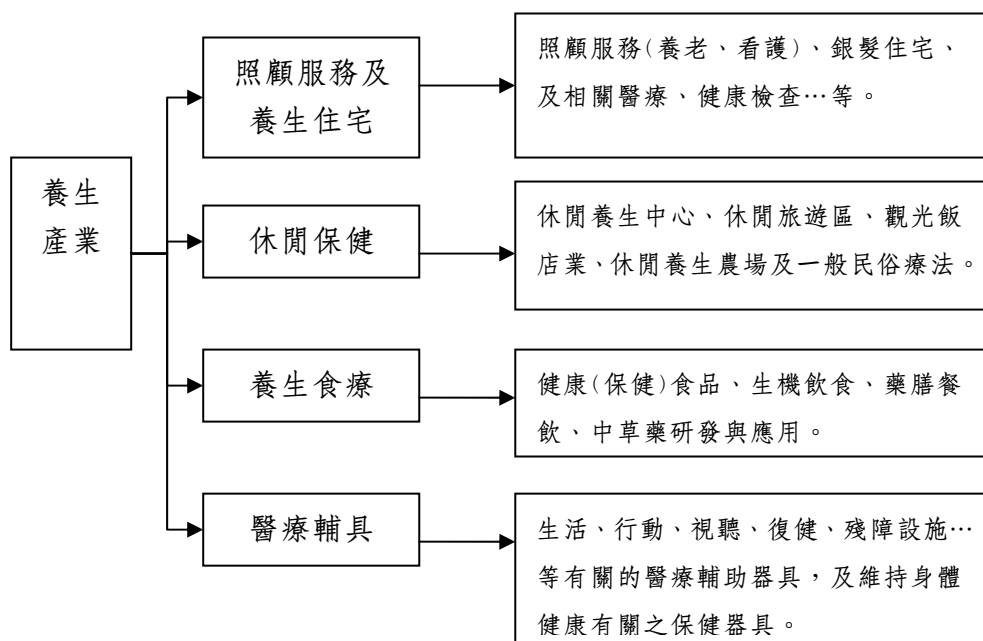


圖 5-1：養生產業之分類圖

二、照顧服務及養生住宅部份

首先，本計畫歸納國內提供老人照顧服務或養生住宅的相關服務。由於台灣逐漸邁入高齡化社會，政府近年來除了提出相關上位計畫政策(照顧服務產業發

展方案、加強老人安養服務方案、老人長期照護三年計畫、新世紀健康照護計畫、建構長期照護體系先導計畫…等)以加強在老人人口的社會福利與醫療照顧上外，在執行上並逐漸結合在社政與衛政等各單位的資源以期能提供老年人口更有效的照顧服務；除此之外，近年來因看好台灣銀髮族龐大市場而紛紛搶進相關老人住宅的國內許多不動產業、醫院、建商、財團…等，莫不將商機指向已經或即將步入高齡之族群。

綜觀這部份的產業，都是以老年人口生活居住為主，結合醫療、健康檢查、休閒生活…等相關服務。本計畫將此部份歸納後劃分為照顧服務產業及養生住宅兩大部份，除了蒐集整理目前政府逐漸在推動的照顧服務產業外，另外一方面則說明較具產值、多半以私人企業、醫院、財團、建商等為服務提供者之銀髮住宅及相關資訊。

(一) 照顧服務產業

照顧服務產業之意涵在為減輕國民因失能之身體與日常生活障礙，結合政府與民間力量，以專業化、企業化之方式，提供身體和日常生活照顧之一種產業。本計畫依照照顧服務產業發展現況、發展趨勢及相關計畫、以及嘉義市醫療資源與照顧服務產業之發展現況三部份分別說明如下：

1. 照顧服務產業發展現況

國內的照顧服務體系，以照顧資源模式為例，依服務對象與服務內容大致可分為下列三種：

(1) 照顧住宅：

照顧住宅多半為銀髮公寓、老人社區的方式，服務對象不單只是老人，對於需要他人協助生活且具一定程度以上生活起居自理能力的身心障礙者亦是服務對象，由專人負責居住安全如防火措施、財物管理、無障礙空間設計等，對於較需體力的粗重家事，也有專人協助，居住的老人或身心障礙者可選擇自己處理膳食或統一供膳。目前在台灣這類的照顧住宅較少，較著名的為淡水潤福社區(但必須是行動自如及生活可以自理的健康長者)及正在興建中的長庚養生文化村(連續性終生照護社區)。這部份本計畫將之歸類在第二部份「養生住宅」部份再予以詳細說明之。

(2) 社區式照顧：

社區式照顧主要包括居家護理與日間照護中心兩種。「居家服務」之對象是需人協助生活起居且居住在自己住所內的身心障礙者，依其要求協助其每日的膳食、身體清潔、陪同就醫、生活自理能力訓練、緊急救援、電話問安、住宅設施設備改善及休閒活動陪伴等，或是由醫療機構人員至家中提供護理技術，諸如導管更換、注射、灌食指導及衛教等。目前各縣市政府皆有提供身心障礙者居家服務或在宅服務，服務名稱不一，目前在實施上服務的對象，因為財政的資源有限，大部份仍集中在中低收入戶，有些甚至只有低收入戶才有符合實施的對象。

另外一種服務，即失能者仍住在家裡，白天到社區裡的「日間托老」或「日間照護中心」，尋求社區式的照護，包括定點式用餐、交通服務、心理諮商、休閒服務、轉介服務...等。此外，近來社區復健和營養的計畫也在規劃發展中，針對失能狀況，給予失能者離開醫院、回到社區後所需要的支持，未來會比較偏重的是復健及輔具服務的部份。目前內政部對輔具有補助的措施，衛生署則嘗試透過建構社區化輔具服務輸送的機制，希望透過專業人員的介入和評估，協助及瞭解民衆回到社區後輔具的使用情況。

(3) 機構式照護：

鑑於部份老人或身心障礙者的自理能力不高，在一般家庭中又缺乏家人照顧或沒有專業的護理技術，長期照護機構的設置則解決這部份的問題。由經專業訓練的護理人員及病患服務員 24 小時提供專業護理及技術性護理，並加上復健、藥事、營養、休閒娛樂等措施，並且輔以醫療體系的專業支持，依不同的老人或身心障礙的需求，配以不同的服務組合，以達成多元且完善的照護目的。機構的部份依老人福利法，分為安養、養護及長期照護三種。

就現階段台灣的長期照護機構的分類，除了一般的安養中心之外，尚有設置標準較為嚴格的「護理之家」，如長庚醫院復健分院附設護理之家、天主教耕莘醫院附設護理之家等。

2. 發展趨勢及相關計畫

(1) 國內人口老化問題日漸嚴重，照顧需求增加：

內政部統計，台灣 65 歲以上老人占總人口比率於民國 82 年超過 7%，正式進入聯合國定義的高齡化社會。截至 92 年底，老人口達 208.8 萬人，占全體人口比率達 9.24%，預估 96 年時老人比率將直逼 10% 大關。此外，台灣人口老化速度全球第二，僅次於日本。

此外，台灣老年人口的疾病型態有慢性化的趨勢，依據「中華民國八十九年老人狀況調查報告」資料顯示，老年人口中罹患慢性疾病者占 58%，其中有 35% 罹患心血管疾病，此外，有 9%，約十六萬七千位老人表示無法自行料理生活，需人照顧。據估計，1998 年我國老年人口中，約有 15-30 萬人因日常生活活動或認知功能障礙而需要長期照護，此項需要在 30-40 年間將成長四倍。隨著人口快速老化，我國身心功能障礙或老衰的人口也同步急遽增加中，失能人口日益增加也導致長期照護需求的暴漲。

高齡化社會的特徵日趨明顯，現有老人照顧福利措施所提供的服務仍有所不足，今後在現有福利機制之外，應發展多元化、多層次的照顧服務產業，以輔導、推動包括居家照護、社區照護與機構照護等服務，因應社會的迫切需求。

(2) 家庭結構改變，照顧功能降低：

傳統上，家庭在長期照護服務上扮演著主要角色，從服務的提供、財務的支持，乃至於心靈上的寄託等。然而，由於社會環境的變遷，家庭結構及功能的改變，雙薪家庭與單親家庭的增加，兩代間居住安排型態轉變，均挑戰家庭是否能繼續維持其傳統的照護功能。老人與子女同住的比例正逐年下降，而獨居自宅或進住長期照護機構的比例卻逐年攀升（如表 5-1 所示）。

表 5-1：老人人口居住情況

年別	現住一般家宅				現住安養、養護機構	其它
	與子女或配偶同住	獨居	與親朋同住	小計		
民 82 年	85.80	10.47	2.54	98.81	1.04	0.14
民 85 年	84.91	12.28	1.41	98.60	0.90	0.50
民 89 年	82.90	9.19	1.28	93.37	5.59	1.00

資料來源：「老人長期照護政策-國家干預觀點之分析」，財團法人國家政策研究基金會，91年5月30日。

(3) 結構性失業居高不下：

知識經濟來臨，台灣也正經歷一波產業轉型的浪潮，產業結構改變。造成許多中年的結構性失業。照顧服務屬低技術服務業，而過去國內投入照顧工作者有限，以致近年從事外籍監護工增加快速，已達 10 餘萬人。若配合法令修改，逐漸縮減外籍監護工名額，可望吸納中高齡失業人口，減緩結構性失業。進而能逐步取代在台灣從事這類服務工作的外勞。此外，例如日間照護及居家照護等服務也能幫助家庭主婦走出家庭，尋求其它工作機會。

(4) 政府努力推動老人福利與照顧服務產業之發展：

鑑於上述人口結構高齡化、照護需求增加、家庭結構改變及改善結構性失業等考量，政府近年來努力推動老人相關福利與照顧服務產業的發展，包括社區化長期照護網路、照顧服務產業發展方案、建構長期照護體系先導計畫等。

行政院經濟建設委員會在 2002 年 5 月所提出「挑戰 2008-國家重點發展方案」具體計畫的「新故鄉社區營造計畫」便提出「醫療照顧服務社區化」為其中一項發展計畫。其執行計畫如下表 5-2 所示，其中兩項與照顧產業有關之計畫，「社區化長期照護網路」以及「發展照顧服務產業」分別由衛生署與內政部機關主辦。

表 5-2：醫療照顧服務社區化之執行計畫

編號	計畫名稱	實施 期程	經費需求(單位：億元)		主辦 機關
			總經費	91-96 需求	
10.5.1	社區化長期照護網路	92-97	15.78	14.69	衛生署
10.5.2	健康生活社區化	91-96	10.8	10.8	衛生署
10.5.2.1	社區健康資源整合	91-96	9.15	9.15	衛生署
10.5.2.2	健康環境與空間營造	91-96	1.65	1.65	衛生署
10.5.3	照顧服務地方自主化	91-96	77.62	77.62	內政部
10.5.3.1	提升社區照顧質量	91-96	1.92	1.92	內政部
10.5.3.2	發展照顧服務產業	91-96	59.79	59.79	內政部
10.5.3.3	建立社區托育照顧系 統	91-96	15.9	15.9	內政部

資料來源：挑戰 2008：國家重點發展方案

「社區化長期照護網路」以在地老化(aging in place)為施政理念，透過政府施行垂直式及水平式的整合計畫，綿密連結健康專業與社區支持服務，建置社區化長期照護體系。在「服務整合」之前提下，提供居家式及社區化長期照護服務，由醫療團隊與相關支持服務來協助家庭，使各地失能民衆皆能獲得合宜的長期照護。

在「發展照顧服務產業」方面，行政院社會福利推動委員會在九十一年一月提出「照顧服務產業發展方案」。該方案以建構照顧服務體系、提升服務品質、擴充服務對象、開發服務人力為發展目標，期望結合社區力量共同提供照顧服務，帶動社區資源，共同發展照顧服務體系，進而改善目前長期照顧服務之資源不足的現況。方案實施期程自民國九十一年一月一日起至民國九十三年十二月三十一日止。預計制度萌芽之三年內約可增加 20,000 個就業機會，其中外籍監護工將由現行的 10,3000 人縮減到 86,500 人，減少 16,500 人中將釋放出約 5,500 個國人就業機會；全日照護需求人數將由 2640 人增加到 6,500 人，約可增加

4,000 個就業機會；短時間居家照顧服務市場，將可提供 8,500 個就業機會。此外，隨著照顧服務市場成熟後，可促進更多就業機會外，並可充實福利內涵。

另外，行政院社會福利推動委員會也於民國九十年三月通過「建構長期照護體系先導計畫」，目標為建構我國長期照護策略，使因傷病或老衰而導致的身心功能障礙者，皆能獲得適切的服務，增進獨立生活能力，提升生活品質。預定於三年內完成我國長期照護體系建構的先期規劃工作，進行實驗計畫成效評估，並根據所得實証資料修訂各研議事項，做為全國發展長期照護體系的策略藍圖。主要做法包括：成立跨部會長期照護專案小組、研究主要國家長期照護發展經驗、進行社區實驗計畫、實驗多元化服務設施及發展設施、研議長期照護財源機制等。計畫並選定台北縣三峽、鶯歌及嘉義市為實驗地區，兩實驗社區中心已分別於該年 11 月開幕。

3. 嘉義市醫療資源與照顧服務產業之發展現況

嘉義市的醫療資源豐富。不論在醫療機構數目、每萬人口急慢性病床數、一般病床數、每萬人口西醫數…等各種統計數據都在台灣各縣市中名列前茅，特別每萬人口病床數更居全國之冠，為衛生署公告的醫療資源過賸地區(詳見第四章嘉義市醫療資源概況所整理分析)。以此優渥的醫療資源，應發揮其最大效能，使嘉義市民眾，甚或鄰近縣市的民眾，獲得優良醫療環境資源配置最佳化。

此外，嘉義市長期照護資源的質量也已大幅提升，包括護理之家及養護機構的病床計一千三百餘床，包括居家護理所 4 家，已立案之護理之家共計 6 家 885 個病床數，已立案之養護機構共計 8 家 430 個病床數。民國八十九年起行政院「建構長期照護體系先導計畫」更特別選擇嘉義市與台北縣三鶯社區為實驗社區，計畫主要在嘉義市建置各項社區照顧資源，包括居家服務、居家復健、居家照護、失智症日間照顧中心及家庭托顧服務…等，(詳見第四章嘉義市醫療資源概況所整理分析)。顯見嘉義市具有提供長期照護服務之充沛資源。

綜合上述各點所述，不論就未來商機或增加在地人口的就業機會而言，以及嘉義市所具備有相當豐富的醫療及長期照護資源，再配合上政府對照顧服務之相關上位計畫輔助，對於仍屬新興之照顧服務產業，不失為一個發展嘉義市特色產業之機會。

(二) 養生住宅部份

如同本計畫在本節開始所陳述，國人在社會、經濟等各方面對養生觀念的普遍改變與提升，有許多企業早已將市場瞄準在銀髮住宅及相關醫療服務、保險、休閒…等商機。例如擁有壽險、房地產開發、醫院三項投資事業的企業集團，包括國泰人壽、新光人壽，以及擁有壽險業、建築業的遠雄國際集團、富邦集團、和信企業團等，都躍躍欲試。一些醫療院所也紛紛興建老人住宅以滿足不同消費族群的需求。此外，台塑也花費巨資在國內各地興建平民價位之「養生文化村」。

養生住宅或銀髮社區的建構一般是利用以住宅社區為主，整合食、衣、住、行、運動、娛樂等方面資源，並(或)提供定期的健康檢查、運動計畫…等規劃，以達到長期的健康管理，建立的養生保健觀念。因此除了房子外，其它能搭配的相關服務有壽險保單、醫療服務、休閒娛樂等配套設施。本計畫將於第七章第一節歸納過去以來國內針對銀髮族為主的養生住宅現況說明，並以近來頗受重視、投資金額龐大的長庚養生文化村為例，做進一步介紹。

三、休閒保健相關產業

本計畫將一般市場中以「休閒保健」為產品或服務之訴求，或將「休閒與養生保健結合」的產業進行歸納與整理。與養生保健有關聯的產業非常的廣泛，在市場中所提供的產品與服務的类型也各有不同。簡而言之，這部份的產業所提供的產品與服務常是複合式，而非僅提供單項。所以，既非「照顧服務」的「住」和「醫療行為」的服務；也非「養生食療」重在提供「飲食」的服務，而這部份產業主要提供以「育、樂」並結合其他養生相關活動和產品的服務。

國內的休閒風氣早已隨週休二日的實施而更蓬勃興起，國人旅遊的頻率與旅遊支出也逐年提高，因健康與養生的概念普及，國人從事休閒活動，不僅要求能玩的安全盡興，也希望能身心靈都能充份達到休養生息的健康目的。同時，從事養生休閒活動的年齡層也逐漸下降，而非以往是以老年人為主要族群訴求。因此，台灣的許多旅遊業者也搶搭養生風潮，紛紛將原先的旅遊特色(如景點、溫泉、地方美食、森林浴…等)結合各項養生(如：藥浴、水療等)的概念而重新以不同的風貌推出與發展。本計畫進行歸納後將之分析如下：

(一) 休閒保健產業相關分類

1. 休閒旅遊區

結合當地的天然環境特色所結合而成的旅遊區，通常此類型的業者，所提供的場地是較大型而廣闊的，讓消費者能藉由接觸自然環境和人工設施，而達到休養生息的目的，因此，其所推出服務也較多，例如溫泉 SPA、藥膳餐飲、觀景設備、森林漫步、生態探索…等有益健康的養生服務。國內代表業者，如：大板根森林溫泉渡假村、西湖渡假村…等。

2. 觀光飯店業

相較於休閒旅遊區，觀光飯店業者的規模通常較小，但提供極為精緻化的服務，也是讓消費者達到完全放鬆身心，達到促進健康的效果。其推出的產品和服務，通常有養生與美容兼具的泡湯服務、藥浴、按摩服務、藥膳餐飲、專業健身房…等。國內代表業者，如：陽明山天籟溫泉會館、春天酒店、礁溪溫泉區、東埔帝綸溫泉飯店、知本富野飯店…等。

3. 休閒養生中心

此種型態的業者，是因應目前社會需求所產生的新型態。通常休閒養生中心多營運在都會區為主，提供忙碌的都市人在平時下完班或休假期間，能在都會區有一處較為複合式的養生休憩中心，此型態的業者所提供的服務與產品有的溫泉 SPA、水療、藥浴、洗腳、刮痧(民俗療法)、藥膳餐飲、按摩等，其相關設施也常包括健身房、游泳池，國內代表業者，如：大溪地藥浴水療健康廣場、卡爾登溫泉養生會館…等。

4. 休閒養生農場

休閒養生農場是休閒農業的轉型後的經營項目之一，休閒農場在「經營」與「生活」之關係是密不可分的，提供的產品與服務包括遊憩、觀光、會議訓練、藥用植物教育、園藝、田園景觀與生態園區教育、農村文物展示(售)、藥浴、藥膳、泡茶品茗…等。此型態業者也需受限於自然環境，因此，通常必須存在於都會之外的地區，其目標群眾不僅只在個人，更以家庭和友誼團體為主。休閒農場所提供的寬廣空間及田園景觀、自然生態及豐富環境資源，最有益於使用者接近

大自然，放慢的生活步調，令繁忙的現代人得以解除緊張生活，紓解壓力、沉澱思緒，在育樂之中達到保健養生的效果。國內代表業者，如：位於桃園龍潭的台灣植物藥園、位於宜蘭縣的旺樹園…等。

綜合上述，本計畫歸納休閒保健相關產業的特色在於將其原先提供的休閒遊憩功能結合養生、保健的概念，以增加其市場區隔與產品廣度，在其原本的經營模式下推出新產品或新服務。甚而轉型為以「養生概念」、「健康訴求」為主的產品和服務，以增加獲利模式及附加價值。

另外，國內還有許多地區性、小型散落在都市或郊區的商店，亦打著養生或保健名義，提供的產品或服務琳瑯滿目，在飲食上有許多生機或藥膳飲食，在休閒保健上，則以一般民俗療法的商店居多，提供包括洗腳、足部和全身按摩、刮痧、拔罐、蒸氣藥浴、修手腳指甲、氣功推拿、指壓、針灸…等服務，各自有不同的效果。這些服務有些已被休閒養生中心或休閒旅遊區整合進其複合式的服務當中，而有些則是單獨門面營業於一般都市街道當中，整體來說較難以產業的概念來區分，因此本計畫稍加提示，若在後續進度有需要納入將再加以整理。

(二) 發展趨勢及嘉義市相關資源

由本計畫以上之整理可知，這部份之產業活動多半是由「休閒」結合上「養生」的概念來為其產品加值。因此與此部份有關的發展趨勢也必然與休閒觀光有關。休閒產業的範疇十分廣泛，其發展趨勢如本節一開始對養生概念發展一般已廣為國人所重視，在此不予贅述。

而休閒觀光是政府在「挑戰 2008：國家重點發展計畫」中十大重點投資計畫中的一項。在其中的「觀光客倍增」計畫特別增列阿里山觀光客倍增計畫為整備現有套裝旅遊路線中重要一環；另外在開發新興套裝旅遊路線及新景點部份則規劃雲嘉南濱海旅遊線，期望以台南市、嘉義市為門戶，建立前往雲嘉南濱海地區各觀光景點、生態旅遊、人文古蹟…等旅遊路線。

在嘉義市相關資源發展現況上，嘉義市雖地處阿里山下，然而由於市區轄地不大，地理位置特殊，在相關的觀光資源發展上並不豐富，過去在渡假村、觀光飯店以及休閒農場上也礙於土地面積而未有相關發展，多為較小型的飯店居多。反觀嘉義市週邊屬嘉義縣之鄉鎮如梅山、竹崎至阿里山一帶則相對利用地形優勢

發展了較多休閒旅遊區與休閒農場(如：達娜依谷、若蘭山莊、嘉義農場…等)。而在觀光飯店或休閒養生中心的發展也因需求不足而因此並不發達。

但位在嘉義市東區的大雅路商圈則為中南部各縣市中少見高品質之帶狀休閒飲食中心，是未來嘉義市不論發展觀光或養生都可加以利用之資源。此外，耐斯企業集團亦將在忠孝路，興建地上十八層樓的五星級耐斯王子飯店與休閒購物與主題樂園生活廣場。將是雲嘉南地區第一家五星級飯店，未來勢必將成為代表嘉市的亮麗地標，並帶動嘉義市之觀光產業。而展望未來，在上位計畫導引雲嘉南地區旅遊的發展上，嘉義市若能掌握其現有優勢，發展出具特色的產業如養生產業，其所吸引的觀光兼養生人潮，勢必帶動地方服務業的蓬勃發展，則嘉義市未來之景致將與現在大不相同。

四、養生食療部份

在此部份本計畫根據與養生食療有關之產品產業進行整理，共分類為中草藥研發與應用、藥膳餐飲、健康(保健)食品與生機飲食四大部份，以下整理發展現況、發展趨勢與嘉義市現有資源現況：

(一) 生機/藥膳相關產業分類部份之發展與現況

在飲食方面的養生產業中，以「中草藥研發與應用」、「藥膳餐飲」、「健康(保健)食品」、「生機飲食」四項領域為主，以提升身體健康，達到延年益壽目的的領域為發展方向。一般食品為健康人平日攝取營養的主要來源，並且能滿足色、香、味、形等感官需求。但近年來，現代人對於飲食的要求與習慣也正在改變中，無論是國內外，對飲食精緻化的要求更高、對健康促進的效果更顯重視，也引起對飲食要求的新方向是兼顧美味與健康。進一步地，具有保健效果與保養身體的健康食品和中草藥入膳也正是一股在世界各地興未艾的風潮。

以下對「中草藥研發與應用」、「藥膳餐飲」、「健康(保健)食品」、「生機飲食」四項領域分別討論之：

1. 中草藥研發與應用

生技製藥是我國政府近年來推動的新興重要策略性產業，積極推動中草藥生物科技，並將此列為國家重要政策之一，經濟部技術處於九十一年五月初成立中

草藥產業技術推動辦公室，以執行中草藥產業技術發展與推廣工作，而中草藥更是華人數千年累積的智慧結晶，亦是我國發展生技製藥業的強項。

目前世界許多國家人民相信並接受中草藥醫學療法與日俱增。除了中國大陸和台灣、香港、新加坡等以華人主要的國家外，長久地緣關係的日本、韓國也深受中國文化影響，醫學上亦多源自漢方醫學。另外，在歐洲也是草藥醫學發達之地，德國又是其中發展先驅，不但最早投入相關研究也最具成效。

我國中草藥市場每年約 150 至 250 億元，其中大部份（約 70%）用於食補，僅有 20%用於治病（科學中藥 13%，傳統中藥 7%）。國內使用之中藥雖多，但整體市場仍小，隨著生技醫藥產業的進展，傳統中草藥產業面臨轉型之需求。

在養生產業的範圍中，有許多與中草藥結合與應用的部份，例如：藥浴、藥膳、提煉成保健食品等，是未來傳統中草藥產業能轉型的方向，也是養生產業中不可或缺的一環，因為現代人都是期望能透過天然的中草藥效，達到養生的目的。

2. 藥膳餐飲

「藥膳餐廳」的定義：Engelhardt(1996)指出，藥膳餐廳所提供的餐食須具備飲食療效(dietary therapy)，所供應的餐食需依據古籍中在所記載在中醫的理論下，所進行的烹調方式，並在安全、衛生的考量下所提供，須依此原則所設立的餐廳。由此定義可知，中草藥導入餐飲之中，以求具有健身養神的由來已久，從古代皇室養生膳食到民間百姓強身補品(食補)。中國餐飲結合中草藥的菜式和型態，已累積出具有相當的經驗。

在國外地區，除了東方國家在文化和飲食習慣和中國較雷同，也引用部份中草藥在飲食之中。(例如：韓國將人蔘廣泛使用在生活飲食之中，日本對明日葉、山藥、牛蒡等中草藥的應用等。)；在西方國家中，也早將具有養生、有益健康的植物草藥應用在生活的食材之中，例如：迷迭香、薰衣草、茴香、玫瑰等成為香料入菜，此外也發展出具有各種調養機能的花茶飲品。因此，廣泛的也能列入藥膳餐飲的範圍。

在目前競爭激烈的餐飲市場，隨著消費意識的提高及生活水準的提升、消費習慣與型態的轉變。現今對飲食的要求已不再只是圖溫飽，而是要求精緻且能吃的健康，因此，藥膳不僅提供營養素以達生理需求之外，還兼具機能性功能的優

勢，(例如具有抗衰老、促進新陳代謝、減肥、延年益壽等，各項強身的養生效果)，所以近年來已漸受國內外消費者青睞。

3. 保健(健康)食品

保健食品(Health Food)，也稱保健機能性食品(Functional Health Food)；或稱機能性食品(Functional Food)，係指具有調節人體生理功能，適宜特定人群食用，不以治療疾病為目的的一類食品。(潘子明，2004)保健食品又稱為「機能性食品」，也是我國法律上所謂的「健康食品」。

凡食品符合下列條件者，屬健康食品：一、提供特殊營養素或具有特殊之保健功效。二、特別標示或廣告「提供特殊營養素」或「具有特定之保健功效」。以上一為本質、二是行為，兩項條件都必須符合，才是稱之健康食品；兩項條件缺一不可。且健康食品，係指提供特殊營養素或具有特定之保健功效，特別加以標示或廣告，而非以治療、矯正人類疾病為目的之食品。

保健食品的概念最早在 1962 年由日本提出，1991 年日本厚生省修改了「營養改善法」部份條款，將「機能性食品」正式定名為「特定保健用食品」(Food for Specific Health Use, FSHU)。而美國則將這類食品歸入膳食補充劑(Dietary Supplement)範疇。根據日本機能性食品專家千葉英雄的意見，機能性食品必須具備六項基本條件：(1)具有明確保健功能，(2)含有已被闡明化學結構的功能因子(Functional Factor)(或稱有效成分)，(3)功能因子在食品中穩定存在，並有特定存在的形態和含量，(4)經口服攝取有效，(5)安全性高，(6)作為食品為消費者所接受。

根據國內常春月刊在 2004 年 1 月至 2 月 15 日對其讀者所進行的問卷調查發現，在具有使用保健食品的民衆中，其使用時間、平均花費及同時間服用種類，都與年齡成正比，亦指年紀愈大，其對保健食品的需求度愈高。

隨著國內人口結構高齡化(據衛生統計資料顯示，2002 年我國 65 歲人口比例達 8.91%)，及國內十大死因可分析出惡性腫瘤、心腦血管疾病、呼吸道相關疾病、糖尿病、慢性肝病及肝硬化等主要死因。為了及早預防高齡化社會所衍生的健康問題，對銀髮族所設計的保健食品更應值得重視。因此，在國人日漸重視健康養生與高購買力的條件下，保健食品實為可發展的新方向。

4. 生機飲食

所謂的「生機飲食」，其定義是儘量不吃人工程序干擾或污染的食品，而應多吃沒有經過烹煮動作及新鮮的動、植物，並按照正確的方式進食。人工程序干擾，包括農藥、化肥、化學添加劑、輻射線、乳化劑或各種防腐和去殼、研磨、去糠等動作，例如使糙米變白米，全麥麵粉變白麵粉等。

生機飲食的發展主要是由國外傳至國內，一般常見的型態除了有機水果的直接食用，有製成各式沙拉、三明治及各種蔬果汁等。生機飲食的好處是減少污染，目的在食用到最乾淨、最有能量的食物，以增加人們的免疫力，使身體更健康、精力充沛；同時生機飲食的好處之一是可幫助排除體內聚集多年的毒素，治療許多疾病。因此，生機飲食也是目前相當風行的養生良方之一。

(二) 發展趨勢與相關計畫

1. 中藥產品之應用將成為未來世界潮流發展趨勢：

從銀杏（Ginkgo）對阿茲海默症(Alzheimer's disease)記憶理解能力的改善，山楂(Hawthorn)對輕度至中度心臟衰竭患者的緩解、鋸棕櫚莓(Sawpalmetto)改善中度良性攝護腺(being prostate hyperplasia)患者的症狀，貫葉連翹(St. John Wort)可提振憂鬱症患者的精神狀態。傳統或中草藥的研發已成為國際各國間，爭相介入的市場。根據 PhytoPharm Consulting 資料顯示，近幾年全球中草藥市場平均每年以 10% 成長。

配合政府政策培養生(中)藥高科技人才與生物科技技術，民國八十年一月第四次全國科技會議第四中心之議題—策進各領域科技發展重點中，提出專職中醫藥人才培訓及研究機構欠缺，嚴重影響中醫藥物科技之研究發展中報告。接著八十三年十月經濟部工業局公告製藥工業發展策略與措施中，將中藥製劑之產值 40 億，預計至公元 2002 年達 100 億為目標發展政策以協助國內藥廠拓展國際市場及高品質研究發能力及人才培訓為重點政策。八十四年二月配合推動亞太營運中心，經濟部公告 24 項重點產業，其中『中藥』為亞太工業生產推動項目之一，因此配合行政院發展政策，有待培訓更多之中藥科技人才及技術。

2. 具有保健效能的有機飲食和健康食品蔚成風潮：

為因應消費者健康意識之提升及日益趨向高齡化社會，我國應比照先進國家，應用各種保健機能性食品來改善國民健康狀況並預防疾病，並結合生物技術等發展保健機能性食品。

行政院於 2002 年 5 月 8 日通過「挑戰 2008 年-國家發展重點計畫」，保健(機能性)食品列為產業高值化計畫中重點發展項目之一，除參考先進國家(如美、日、歐)應用各種保健食品來改善與預防國人的疾病外，欲藉由高科技化(如結合生物技術與奈米技術)與知識化，提升保健食品競爭力與附加價值，將台灣發展為全球的保健食品的研發重鎮、高附加價值產品的生產及供應基地。此外，在健康食品管理法中，健康食品之許可相關法規規範如附件。

依經濟部工研院 2003 年發佈的研究顯示，全球保健食品市場由 1999 年的 382 億美元成長至 2002 年的 467 億美元，平均年成長率約達 7%，2003 年經濟逐漸回復，年成長率將以 9.9% 的趨勢成長，預估至 2007 年全球市場規模將達 747 億美元。在台灣，根據食品工業發展研究所估計每年約有 10% 的成長，推算 2004 年應有 220 億元。

自從 1999 年 8 月通過「健康食品管理法」規模後，國內平均每年通過「健康食品」認證約 9 項，截至民國 92 年 8 月共計 39 項。依功能區分，調整腸胃佔 46%、調節血脂佔 31%、調節免疫機能 4 項約佔 10%，其他尚有護肝、改善骨質疏及口腔保健產品各一項。調節血糖尚無產品通過認證。同時，衛生署已於 2004 年公告「抗疲勞」、「延緩衰老」兩項功能評估方法，預計未來業者將會持續開發新產品。

據常春月刊於 2004 年初調查顯示，民衆需求依序為調節免疫力、抗老化、骨骼健康、美容、基礎營養、抗疲勞、瘦身、降血脂、預防疾病、保肝、排毒、明目及促進新陳代謝。下表 5-6 為針對三種年齡層的民衆在這些項目類別上的重視程度百分比，並以圖 5-2 呈現表示之：

表 5-3：民衆服用保健食品目的

功能需求	<35 歲	35-55 歲	>55 歲
調節免疫力	17%	17%	14%
基礎營養	11%	6%	7%
保肝	0%	4%	6%
明目	4%	2%	7%
心血管健康	2%	7%	17%
瘦身	15%	5%	3%
美容	13%	8%	1%
排毒	6%	4%	1%
抗疲勞	13%	7%	1%
骨骼健康	3%	11%	17%
抗老化	3%	16%	11%
預防疾病	4%	9%	11%
促進新陳代謝	4%	3%	3%

資料來源：常春月刊，2004 年 3 月

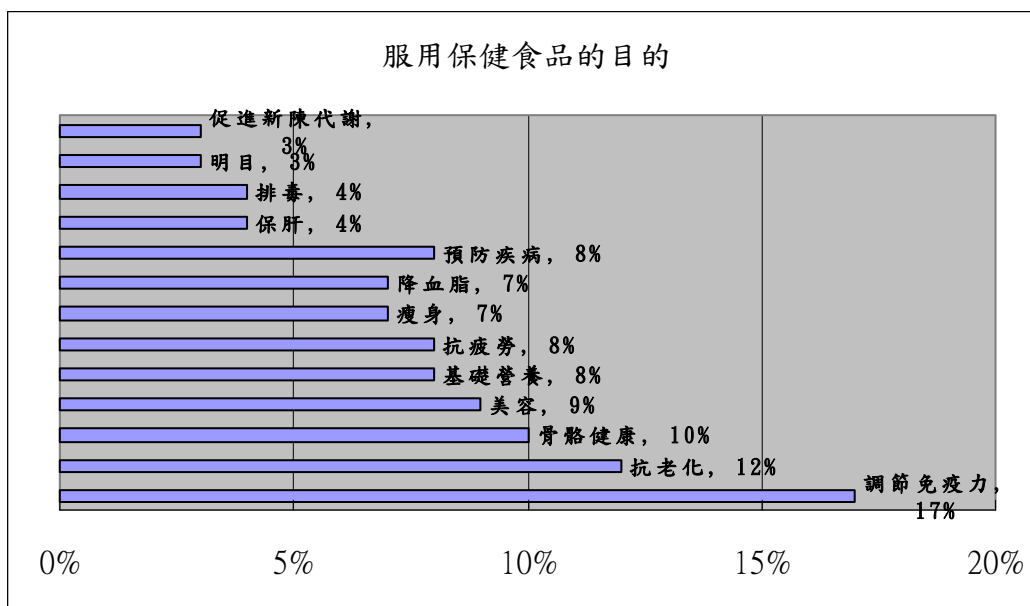


圖 5-2：民衆服用保健食品目的

資料來源：常春月刊，2004.3

在 2003 年，許多保健食品業者已透過「改變包裝」、「強調特殊機能需求的複方產品」、「擴展新的行銷通路」、「差別定價」等行銷手法來擴大健康食品的消费群衆，使得健康食品的消费群衆年輕化(年齡層下降)、分衆化(女性、

上班族等市場區隔)是保健食品未來明顯的發展趨勢。

(三) 嘉義市現有生技產業資源

國立嘉義大學中草藥研發中心

「中草藥科技島」、「綠色矽島」是 21 世紀台灣生物科技發展進軍世界特色產業。行政院頒訂加強「生物技術產學推動方案」以來，中草藥之推動一直被視為發重點之一，生物技術產學策略會議(SRB)中，對於中藥研究開發規劃亦列為重點。尤其是在中藥之品質管制、中藥新藥開發、中藥臨床試驗以及藥用植物之栽培、藥用植物資源發展之推動上，迫切的需要更多的科技專業人才。2001 年 11 月 30 日，國立嘉義大學為配合經濟部所推動之「中草藥產業技術發展五年計畫」，期將台灣建立為中草藥科技島造就高科技產業第二春，以原有之農業成果為基礎發展其新特色，引入中草藥之設施及生物活性相關生物技術之教學及研究，依其組織章程第八條之規定，成立「嘉義大學中草藥研發中心」，積極結合雲、嘉、南地區之產業及地方政府資源，培育兼具有生物技術及中草藥背景之高科技人才。此中心將對雲嘉平原提供實質貢獻，以更健康、養生及高品質之現代中草藥研發技術和知識引入以加速農業之轉型，亦以科學之考證闡揚中草藥對人類健康福祉之貢獻。

五、醫療輔具部分

此一部份「醫療輔具」相關產業，本計畫依資料蒐集分為醫療輔具與保健器具兩方面。「醫療輔具」是針對幫助身心障礙者提供其克服生理障礙、改進生活自理能力之器具；而另外「保健器具」則是針對一般保持生理機能、維持身體正常健康運作的器具而言。由於保健器具本身的使用較不限在老人或銀髮族的養生，而是廣為被一般大眾當成居家休閒使用，因此本計畫著墨在以與養生較相關的醫療輔具部份為主。以下分別介紹之：

(一) 醫療輔具方面：

1. 輔具定義：

根據高雄醫學大學所提供的輔具影像資料庫所歸納，輔具(Assistive Technology Device)名稱包括意義甚廣，很難清楚定義或說明輔具將包括那些種

類，從高科技的設計到簡易的工具修改，用來做為增進、維持、改善及改變殘障病人的功能者，都可以包括在輔具的範圍內。另外，財團法人第一社會福利基金會則將輔具定義為：「**輔具就是包括與我們生活、學習與工作就業等方面有關之各項輔助器具。其積極的功能除了促進身心障礙者的獨立生活功能外，更進而減輕照顧者的負擔。**」而依據內政部多功能輔具資源整合推廣中心網站中所列舉相關法規對輔具所做的定義，在「身心障礙者醫療及輔助器具費用補助方法」^{*1}中第四條規定：『**本辦法所稱輔助器具係指協助身心障礙者克服生理機能障礙，促進生活自理能力之器具。前項輔助器具補助項目、最高補助額、最低使用年限及各補助對象資格如附標準表。**』；而在「身心障礙者就業輔助器具補助辦法」^{*2}中第三條也規定：『**本辦法所稱就業輔助器具(以下簡稱輔具)係指恢復、維持或強化身心障礙者就業能力之器具。前項所稱輔具如為電腦，應包括工作者在其工作上所需之軟體。**』

此外，為因應資訊化的時代，僅有輔具是無法解決身心障礙者使用資訊科技的問題。為此內政部資訊科技輔具資源推廣中心也積極訂定國內資訊科技輔具規範、規格。目的在「**利用各項資訊科技輔具，提供身心障礙者生活、就學及就業之資訊，提升並促進其生活與社會適應能力**」，特委託民間機構成立此中心並辦理相關業務，以落實身心障礙者資訊無障礙的理想。唯有將輔具設備及輔具服務兩者納入才能符合輔助科技 Assistive Technology 的精神，科技輔具也逐漸實際運用在身心障礙者的就醫、就學、就業、及養生上。

2. 輔具分類：

輔具的使用功能與案主、輔具本身、案主需求與從事的活動及環境等四個要素及整合相關。因此輔具評估與使用需考量上述四個要素及其互動。且需經由專家加以評估及訓練使用。而根據上節的定義，輔具本身的種類繁多，舉凡生活(衣著、飲食、盥洗…)、行動(助行、輪椅、升降器、汽機車…)、視聽(電腦點字、

¹中華民國八十八年六月三十日 台(88)內社字第八八八五〇〇九號令發佈 衛生署醫字第八八〇三六二〇四；中華民國八十八年十月六日 台(88)內社字第八八九〇六五二號令修正 衛生署醫字第八八〇五九一六九







²中華民國八十七年六月三十日 台八十七勞職字第〇二七四二八號

語音、助聽、語言訓練...)、醫療復健(坐臥、站立、頸部輔具...)及殘障設施...等都在輔具的範圍之內。本研究依據高雄醫學大學所提供的輔具影像資料庫所使用的輔具種類關鍵字分類如下:

表 5-4：輔具種類圖示

輔具種類	說明	代表性圖片
一、姿勢擺位類輔具 (Assistive Positioning Device)	這類輔具可以協助將病人身體或肢體擺在正常或功能性位置，以避免畸型或維持姿勢。	
二、肢體裝具類輔具 (Limbs Orthosis)	輔具主要用在四肢部位，常是高溫塑材或金屬材質所製成，可以保護肢體、維持或增進肢體功能。	
三、軀幹裝具類輔具 (Trunk Orthosis)	輔具主要用在頭頸及軀幹部位，常以高溫塑材或金屬材質製成，可以保護軀體、維持或增進軀體姿勢及功能。	
四、副木輔具(Splint)	這類輔具主要是上肢裝具，通常以低溫塑材製成，使用期限常在一年以內，主要用在早期手部之保護、擺位及增進活動等。	
五、義肢類輔具 (Prosthesis)	輔具用來取代喪失的肢體功能，或增加美觀之用。	
六、施壓或矽膠類輔具 (Applying Pressure or Gel Device)	這類輔具可以提供外在壓力，或保濕作用藉以控制及避免疤痕增生。如彈性衣或矽膠片等。	

七、分散壓力式輔具 (Pressure Relief Device)	輔具可以將壓力均勻分散，以降低身體某部位過度受壓而產生壞死，如氣墊床及輪椅坐墊等。	
八、活動助行類輔具 (Mobility Aid)	輔具可以用來協助其走動及移位，不包括輪椅及汽車。常見為拐杖與助行器。	
九、輪椅(W/C)	輔具具有輪子裝置，可以裝載病人並增進其活動性者。	
十、輪椅附件輔具(W/C Accessories)	指輔具可以配合加裝在輪椅上以增進輪椅使用者之各種功能。	
十一、基本生活輔具 (BADL Device)	指輔具用在進食、穿衣、梳洗、大小便控制、洗澡、如廁、移位等活動，並可以提升使用者之表現功能者。	
十二、家務與工具性輔具 (Housework and IADL Device)	指輔具用在打電話、整理家務、理財、作飯菜、購物、操作物品、及使用大眾運輸工具等活動，並可以提升使用者之表現功能者。	
十三、電腦訊息輸入輔具 (Computer Input Device)	這類輔具可以包括各種電腦鍵盤及滑鼠之改裝及特殊之訊號處理設置等。	
十四、感覺統合治療輔具 (Sensory Integration Modality)	專指用在訓練感覺統合異常兒童之治療相關輔具。	
十五、居家治療性輔具 (Therapeutic Home Device)	凡輔具適合居家使用並具有訓練治療性功能者，皆可被含蓋在此類輔具，主要功用有提供擺位、增進肌力與體能等。	

<p>十六、治療性輔具 (Therapeutic Device)</p>	<p>適合在醫院使用並具有訓練及治療性功能者，這類輔具較昂貴而不適合提供在居家使用。</p>	
<p>十七、人體工學設計輔具 (Ergonomic Device)</p>	<p>依人體工學所設計出來的輔具，可用在節省體力、避免不當姿勢傷害及維持良好姿勢等。常用在增進使用者之工作能力。</p>	
<p>十八、無障礙環境設施 (Elimination of Architectural Barriers)</p>	<p>這類輔具常是修改建築物及加裝環境設施，以達到降低障礙，增進使用者在環境中活動或使用設備之功能。</p>	
<p>十九、聽障類輔具 (Auditory Device)</p>	<p>輔具用在聽障者以增進其接受聽覺功能。</p>	
<p>二十、視障類輔具 (Visual Device)</p>	<p>輔具用在視障者以增進其接受視覺功能。</p>	
<p>二十一、語障類輔具 (Speech Device)</p>	<p>輔具用在語障者以增進其表達語言及溝通功能。</p>	

資料來源：高雄醫學大學輔具影像資料庫(<http://app.rm.kmu.edu.tw/orthosis/>)

另外，在內政部資訊科技輔具資源推廣中心對「資訊科技輔具」的分類則包括：資訊整合(盲用立體圖形繪圖組、互動式學習評量測驗系統…等)、電腦介面(盲用電腦、無障礙觸摸鍵盤、觸摸電腦…等)、溝通輔具(觸控溝通板、溝通器、語言學習機…等)、環境控制(紅外光影控警示器、掃瞄式遙控器、遙控警報呼叫器…等)、輔具固定(單鍵家電遙控器、單鍵電話、萬能活動支架…等)、操作介面(吹氣開關、指捏開關、搖桿開關…等)以及其他(黑白擴視機、弱視計算機、

眼罩式彩色擴視機…等)等以上各方面輔具*³。

3. 國內輔具相關上位計畫與資源現況：

(1) 相關之上位計畫

政府為配合推動「照顧服務產業發展方案」之相關內容，特別在方案之具體措施中第二項「引進民間參與機制，充實多元化照顧服務支持體系」的第二點提示「開發輔具生產與資源流通產業」，其中不但鼓勵國人自行研發與生產輔具，或與國外廠商合作生產適合國人使用的輔具；並鼓勵設置輔具資源流通中心，推動輔具捐贈、二手交易與租賃、增加輔具利用率、以及減輕使用者之負擔。相關之法律規定則包括身心障礙者醫療及輔助器具費用補助方法、身心障礙者就業輔助器具補助辦法…等。因此，輔具產業發展在未來政府推動照顧服務產業的發展上將扮演一定份量的角色。

(2) 國內輔具資源現況

依據內政部多功能輔具資源整合推廣中心所列舉的國內輔具相關資源包含國內輔具研究單位以及國內輔具廠商。在國內輔具研究單位方面，範圍包括公部門、各公私立醫院、大學院校之相關輔具研發中心，共計有：萬德義肢傷殘器材有限公司、科技輔具文教基金會、國科會中區身心障礙者輔具研發中心、台北市榮民總醫院傷殘重建中心、屏東基督教勝利之家復健暨輔具資源中心、第一社會福利基金會、中華民國無障礙科技發展協會、輔具影像資料庫、台中中山醫學大學附設復健醫院、無障礙全球資訊網(淡江大學)、國科會南區身心障礙者輔具研發暨服務中心、東區殘障復健輔助器材研究發展中心、國科會北區輔具中心…等 19 間。而在國內輔具廠商資源方面，則有包括上節所列輔具種類範圍內產品之生產製造之各類廠商共計 42 間⁴，其中大部分廠商位於台北縣市、桃園縣、新竹縣、台中縣與高雄市等地區。

另外，在內政部資訊科技輔具資源推廣中心所列舉之各地區身心障礙者輔具資源中心共計有 22 間，在嘉義縣市方面包括有嘉義縣身心障礙者聯合會以及嘉義市殘障者服務協會。輔具廠商資源則包括：宇靖企業有限公司、福樂多醫療福

³ 詳見內政部資訊科技輔具資源推廣中心 (<http://ciat.moi.gov.tw/products/products.asp>)

⁴ 詳見內政部多功能輔具資源整合推廣中心(<http://catrp.moi.gov.tw/user.php>)

社事業、德譽儀器有限公司、文思堂、科榮股份有限公司、利凌貿易股份有限公司、豪介有限公司、聯興儀器股份有限公司、常業企業股份有限公司、聯卻國際有限公司、元鼎國際開發有限公司、朋笛國際有限公司、第一輔具中心、財團法人科技輔具文教基金會…等 14 間，分別位於台北縣市、新竹縣、台中縣與高雄市等地。

由上述資料可知，大部份醫療輔具的開發與製造廠商多位於台北縣市、台中縣市、高雄縣市以及新竹、桃園一帶。而嘉義市及鄰近縣市在輔具製造資源方面尚不發達，嘉義縣市雖有傳統的模具與機械製造廠商資源，卻沒有專屬在醫療輔具產品製造上的廠商。因此，本研究認為若考慮到嘉義市未來發展養生產業之相關配套與上下游產業群聚效應，實可考慮修訂相關獎勵辦法以鼓勵鄰近縣市廠商從事醫療輔具之製造或進出口等業務。

(二) 保健器具方面

如同本段開始所分類，醫療輔具是針對幫助身心障礙者日常生活功能及自理能力或復健用之器具，而另一方面，保健器具則是一般民衆廣為使用以保持生理機能、維持身體正常健康運作的用具、器材。以下整理保健器具相關種類與發展現況：

1. 保健器具種類：

依據一般市面常見保健器具依主要功能可分為(1)舒壓按摩功能：包括按摩椅、按摩床、腳底按摩機、眼部按摩器、腿部按摩器、穴道按摩器、電療器…等產品；(2)泡腳水療功能：包括泡腳機、水療按摩器、SPA 沐浴水療機…等；以及(3)健康美容功能：跑步機、計步器、刮痧器、體溫計、血糖機、體脂量測器、電暖扇、血壓計、耳溫槍、碎脂機…等。其他還包括芳香精油及許多強調美容健身產品…等。

2. 保健器具發展現況

以上所歸納出的保健器具，其產品的特性不外乎在於使消費者能在家中使用以保養身體機能、促進血液循環、肌肉收縮、止痛、活化神經功能、調節消化作用、消除疲勞、美容保健…等。達到在家中就能養生的作用。而這些產品的使用者年齡層分布廣泛。

嚴格來說，與本計畫先前所定義之幾個養生產業相關範疇(如：養生住宅、養生食療)所鎖定的消費族群大不相同。而這部份的供應通路也因此非常廣泛，舉凡一般保健專賣器材行、電視購物、網路購物、拍賣網站、直銷…甚至信用卡公司的郵購中都能發現。而關於國內也有許多保健器具的製造商與代理商。如同在休閒保健產業中提到一般民俗療法時一樣，在發展特色產業的規劃中，本計畫認為其較不具有「完整產業」的代表性，因此在此稍作提示，然而在此不可忽略的是，這一部份的產品其實早已深植在一般民衆日常生活的「養生」活動當中，因此在本計畫認為整個養生產業的範疇中不可將之省去，未來若在發展整個養生產業上也可考慮將保健器具這部份視為是相輔相成的週邊產品之用。

六、養生產業之定位與結論

綜合以上四個與養生相關產業的發展與評估，不論就政府上位計畫之支持推廣，養生風氣的普及、國人對養生概念的愈趨重視、嘉義市現況以及環視臨近縣市之發展亦無以養生產業為特色重點之競爭等，養生產業在嘉義市有相當大的發展空間及潛力。

再以產業的定位來看，本計畫以產品定位圖(如下圖 5-3 所示)的方式說明各產業主要的目標顧客族群如下：照顧服務及養生住宅產業本身就可定位為銀髮產業或養老產業，其目標顧客族群大都為 65 歲以上老人為主；醫療輔具部份若是較屬輔助型的醫療輔具，其主要年齡層較高，約在 65 歲以上，若是一般保健用具則依產品不同有不同的顧客群，分布較廣。其次在養生食療相關的產業上，主要目標顧客群的年齡層稍低，以 35 歲到 55 歲左右為主；在休閒保健相關產業，主要目標顧客群則約在 30 歲至 50 歲左右，重視養生保健之中年人或其家庭成員。而嘉義市及臨近縣市為青年人口外流嚴重之區域，如能發展養生產業，亦能適時提供中老年人消費與養生休閒之場所，創造出符合地方資源與地方需求之特色產業。

除了本計畫所歸納之四類養生相關產業外，當然還有許多相關於養生或養老的產業(產品與服務)，例如：生前契約、壽險、甚至是保健食品的傳直銷等都是非常普及的養生產品或服務。另外，如氣功、瑜珈...等一些講究身心靈方面的活動也可算在養生的範圍內。本計畫暫且依屬性較相似的分類方式，以清楚釐清若要發展成為特色產業所較能涵蓋的具體內容。在思考一特色產業發展之時，期望

可將四類產業及未納入的產業與活動拆解開來或重新組合成能提供相似目標市場產品或服務之所謂「養生產業」。

此外，受到近年來國內外對健康概念的重視與養生風氣日盛的影響，在養生產業中的目標消費群年紀有下降的趨勢，至少在 30 歲以上的廣大族群，均是經濟獨立且家庭中主要收入來源。因此，養生產業之市場潛力廣大。因此，本計畫建議若嘉義市將來將養生產業納入其特色產業之規劃範圍，實則應以各產業之目標顧客之需求為上，配合政府與地方相關鼓勵政策措施，而在養生產業之各領域也應有策略聯盟或產業合作之方案，對外則應打響嘉義養生特色之知名度，使全國民眾皆對嘉義與養生的連結產生品牌印象。長遠之發展目標為塑造嘉義市之養生產業不僅是侷限在地區性的鄉鎮型產業，而能成為全國民眾養生休閒的新選擇、好地方。

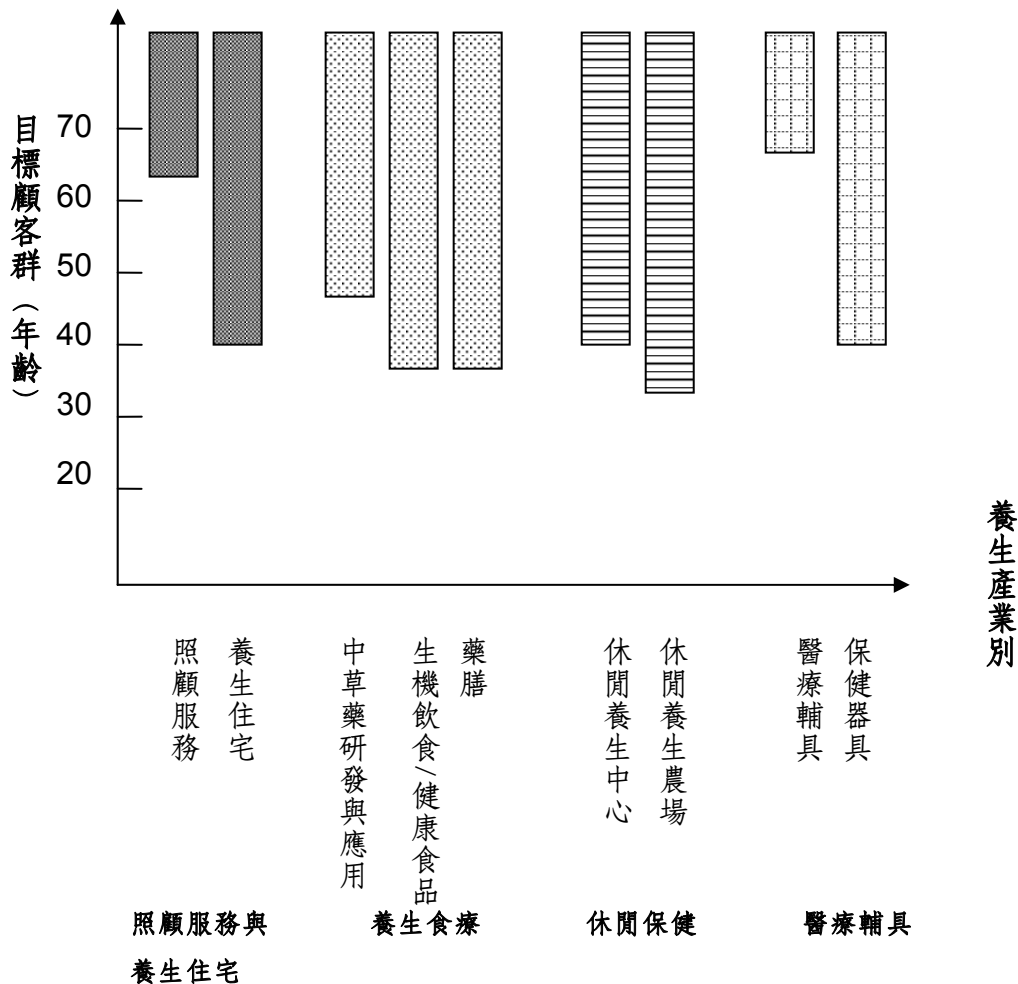


圖 5-3：養生產業之產品定位圖

在綜合的具體發展建議方面，養生產業中之休閒養生中心(農場)，可以複合式的型態經營為主，即是同時結合休閒服務業、藥膳餐飲和生技業的服務和設施，例如：溫泉、水療、SPA、藥浴、按摩、洗腳等服務，加上具有食療滋補的藥膳餐飲和生機飲食、健康食品等生技產品，並提供養生的知識與教育。讓消費者能全面地擁有各項養生的服務和產品。若能讓養生產業叢聚於一規劃專區，則更能達到以下綜效的優點：

- 能有效提升專區的知名度，使得養生專區與嘉義市優質生活圈的形象結合更緊密。
- 能提供消費者一次購足的滿意心態，從食、衣、住、育、樂能全面地融入養生、健康、自然的服務與生活概念。
- 由於位處嘉義市，交通方便，在有限的周休二日下，不論是當地民衆或由外縣市來訪的觀光客，都能因此獲得便利的養生場所，得到身心的滿足，而減少舟車勞頓之苦。
- 能有效帶動業者與鄰近商家的市場，活絡地方繁榮。

照顧服務業與養生住宅亦是國內外在發展養生產業中極有潛力的方向，由於現代人對於健康的重視，再以結合休閒保健業與健康檢查的新行業即應運而生，不但能讓健康檢查的過程較為舒適、自在，也能顧及到個人的隱私與安全。此外，針對各國老年人口的增加，已發展較為成熟的產業是所謂的養生文化村，雖然是針對銀髮族的照顧服務為主，但結合完善的建築設施、景觀設計與休閒娛樂，不但予以年長者一個兼顧醫療與照顧的服務，更提供了一個與親友、青年朋友互動的美好環境，提供青年人就業服務的機會與休閒觀光的好去處。養生產業的範圍廣大，只要能有益身心健康、延年益壽的行業皆涵蓋其中，以嘉義市豐富的醫療與文化資源、良好的居住環境與生活空間，發展各項的養生產業，將有相輔相成之效。

第二節 文化創意產業

2002年行政院將「文化創意產業」列為「挑戰2008國家重點發展計畫」，更將嘉義市舊酒廠列為全國五大創意文化園區之一。希望透過妥善規劃，讓「文化創意園區」帶動嘉義地區文化藝術的繁榮發展，進而達成區域振興。

根據「國家發展重點計畫，挑戰2008」（第二章），我國政府主要將文化創意產業分類為三大部份：

- **文化藝術核心產業**：精緻藝術之創作與發表，如表演（音樂、戲劇、舞蹈）、視覺藝術（繪畫、雕刻、裝置等）、傳統民俗藝術等。
- **設計產業**：建立在文化藝術核心基礎上的應用藝術類型，如流行音樂、服裝設計、廣告與平面設計、影像與廣播製作、遊戲軟體設計等。
- **創意支援與週邊創意產業**：支援上述產業之相關部門，如展覽設施經營、策展專業、展演經紀、活動規劃、出版行銷、廣告企劃、流行文化包裝等。

「文化創意產業」不同於傳統以「物」或「生產」為主軸的思考模式，特別重視「智慧財產」的衍生運用；因而以文化、創意為核心，所衍生出的藝術、出版、傳播、數位軟體與設計，甚至學習體驗及娛樂觀光休閒等，都被視為是能積累出巨大經濟能量與效益的產業範疇。

這類產業的特質在於多樣性、小型化、分散式，但其就業人口和產值一直保持成長，對於環境和生活品質的提昇均有助益，是所有進步國家極力推動的部門，例如北歐諸國、英國和日本等。本計畫希望針對文化創意產業中適合發展的方向，就人才培育、研究發展、資訊整合、財務資助、空間提供、產學合作、行銷推廣等不同面向提出整合機制，配合地方政府、專業人士、民間和企業之參與，共同推動。目標是將嘉義市打造成為「兼具文化氣息及創意空間的藝術之都」。

一、文化創意產業定義

根據國家藝術發展基金會(以下簡稱國藝會)對於文化創意產業(culture & creative industry)的定義：「源自創意或文化積累，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業。」傳統上，

文化不屬於一個產業，公部門提供資源來保持、維護本土文化，但是文化本身僅是在使用價值(use value)上有它存在的價值，文化本身無法展現市場上的交換價值(exchange value)，以致於無法創造財富與就業機會。所以，嚴格來說，傳統所謂的文化僅能算的上是「文化服務 (cultural service)」，而不是「文化產業 (cultural industry)」。

當文化產業逐步受到當代社會的重視，推動文化產業則成為國家重要的政策。但何謂文化「產業」？因為範疇的界定不明，困擾各界對文化產業的推動工作。一般說來，有關「產業」一詞的想像是指工業時代「大量生產特質」，必須被大量生產製造，大量消費。不過，用這樣的邏輯來思考文化產業必然出現許多問題，是否那些不是以大量生產為特質的行業就不能納入文化產業了嗎？文化產業注重的是可以透過市場力量來支撐自己的營運，甚至擁有相當的盈餘，以擴展活動的參與規模。以這樣的概念主軸來思考文化「產業」，可將文化產業分為三類(參考自台灣經濟研究院，推動文化創意產業之系統服務規劃研究報告)：

■ 「大量消費，大量生產」：

如一般所想像，產業化即大量生產。因此，若將把傳統藝術本身或局部應用在某些商品上，大量生產販售，這樣的過程就是產業化！例如，將傳統圖騰印製於服飾、碗盤之上，用以增加產品的藝術價值，並大量生產，以相對於藝術低廉的價格供應大眾，進而大量被消費。雖然這種解釋有其道理，但似乎過度套用工業產品的生產概念，無法周延的描繪文化產業的特質。

■ 「少量生產，大量消費」：

文化產業第二個特質為非大量生產卻大量被消費，其中最典型的例子莫過於演奏會、演唱會。每一場演唱會的「經濟產值」從數十人到數十萬人的演唱會，其間的差異很大，如一般艱深的藝術表演，觀眾人數會比較少；但對於像英國海德公園的古典音樂表演，卻可能擁有數萬名觀眾。通常我們所謂的產業化都是指一定規模以上的經濟活動，這樣才能擁有足夠的收入。

■ 「少量生產，但高額消費」：

這裡指的是產品的數量稀少，消費者寡，但產值卻很高，如名畫。名畫總是稀少且唯一的，如 Van Gogh, Picasso 的畫，獨特且唯一的作品其市

場價值非常高。此外，偶爾作者允許複製少數幾張，或雕塑作家（或其擁有者）允許少量複製，但每一張畫或雕塑品的單價還是高得驚人，此種「產業特質」可以說是文化產業所特有。

不管是否喜歡文化進入一般產業的領域，這樣的情況已經發生在現實生活中。產業界運用文化的表現來豐富產品的內涵，以提高產品價值；而消費大眾也越來越喜歡消費那些富有文化特質的產品。從這個角度分析，要思考的是如何在這樣的現象下，繼續保障那些理想性尚不足為社會所接受的文化活動，同時也應該調整態度準備迎接文化產業社會的挑戰。

目前為止，世界各國對於「文化創意產業」的簡單說明如下表 5-8 所示，但是各國間的看法仍有分歧，乃是因為文化是一種要素，可以存在於各個產業中，所以其相關產業範疇很廣，若要準確界定實屬不易。

表 5-5：國際對文化、創意產業的界定

國際對文化、創意產業的界定	定義與說明
英國、紐西蘭的創意產業界定	凡起源於個人創意與智慧，並能將創意轉換為利潤的產業，就是創意產業。
香港的創意工業界定	源自個人創意、技巧及才華，通過知識產權的開發和運用，具創造財富及就業潛力的行業。
加拿大	藝術與文化被界定為文化產業，包括實質的文化產品、虛擬的文化服務，亦包括著作權（智慧財產權）的基本概念。
聯合國教育、科學、文化組織（UNESCO）的界定	『文化產業』（ cultural industries ）適用於，『那些以無形、文化為本質的內容，經過創造、生產與商品化結合的產業』。這些內容典型地是被著作權保障著，並且可以採用產品或者服務形式來表現。文化產業與創意產業是相同的，包括文化商品生產，以及提供文化服務，以及受智慧財產權保障的概念。

資料來源：台灣經濟研究院，文化創意產業產值調查與評估，P.30

國藝會首先總結國外文化創意產業的定義，並且建議台灣在範疇的選擇上，可以各取國家產業發展所需，但原則上不外乎聯合國教科文組織所列的幾個大方向，分別為印刷、出版、多媒體、視聽商品、電影、工藝與設計、建築、視覺藝術、表演藝術、運動、歌舞劇與音樂的製造、廣告、文化觀光。

基本上皆以下列 13 項為主要核心，分別為廣告、建築、工藝、藝術、設計、時尚設計、電影與錄影帶、互動休閒軟體、音樂、表演藝術、出版、軟體與電腦服務業、電視與廣播，再視國情有所不同，如香港排除工藝而加強漫畫，韓國則側重內容產業。

我國在國家發展重點計畫中明示文化創意產業發展之目標，乃在於開拓創意領域，結合經濟以發展文化產業，認知到文化創意產業的差異性很大，也是一種新的經濟領域，不僅要有新作法，並且要建立一種新價值觀，行政院之所以提出文化創意產業計畫，即希望台灣從第二類產業的製造生產組織型態，改造成以知識經濟、高附加價值、創意設計為核心的生產及服務組織型態，在擬定初步計畫時，所涵蓋的範圍為三大類產業如下表 5-6。

表 5-6：我國國家發展計畫中對文化創意產業之界定

產業類別	細項產業別
文化藝術核心事業	精緻藝術之創作與發表，如表演（音樂、戲劇、舞蹈）、視覺藝術（繪畫、雕塑、裝置等）、傳統民俗藝術等。
設計產業	以核心藝術為基礎之應用藝術類型，如流行音樂、服裝設計、廣告與平面設計、影像與廣播製作、遊戲軟體設計等。
創意支援與週邊創意產業	支援上述產業之相關部門，如展覽設施經營、策展專業、展演經紀、活動規劃、出版行銷、廣告企畫、流行文化包裝等。

資料來源：行政院，2008 國家發展計畫

文化創意產業的特質在於其多樣性、小型化、分散性，但是其就業人口和產值一直保持成長，對於環境和生活品質的提升均有助益，是所有進步國家極力推動的部門。但是根據表 5-7 政府各部門的分工與權限，顯見台灣目前缺乏具體明確的策略去帶動文化創意產業的發展。

表 5-7：六年國家發展計畫與政府各負責文化創意產業單位之關聯表

相關具體政策	專責之政府部門	關聯產業範疇
文化創意產業政策		
2.2 培育藝術、設計及創意人才	經濟部、教育部、 文建會	設計產業、藝術產業
2.3 整備創意產業發展的環境	經濟部、文建會	智慧財產權
2.4 促進創意設計重點產業發展		
2.4.1 商業設計	經濟部	商業設計
2.4.2 創意家具設計	經濟部	家具設計
2.4.3 創意生活設計	經濟部	未限定特定產業別，以「創意生活產業」為概念。
2.4.4 紡織與時尚設計	經濟部	紡織業、時尚設計業
2.4.5 數位藝術創作	文建會	視覺藝術、數位音樂、互動裝置、數位影像、數位動畫、網路創作、數位出版、創意行銷、遊戲軟體、動畫產業、技能教育、IT 產業
2.4.6 傳統工藝技術	文建會	工藝業
2.5 促進文化產業發展		
2.5.1 創意藝術產業	文建會	表演藝術產業、視覺藝術產業
2.5.2 創意出版產業	新聞局	出版業
2.5.3 創意影音產業	新聞局	影音產業：電影業、錄影帶光碟業、廣播及電視節目製作業、音樂製作業、遊戲製作業、漫畫業、電子出版品業、數位內容製作
2.5.4 本土動畫工業	新聞局	漫畫產業
4 產業高值化計畫		
4.3.1.7 運動休閒產業	經濟部	運動休閒產業
4.3.2.3 數位內容產業	經濟部	數位內容產業
5 觀光客倍增	交通部觀光局	觀光產業
10.新故鄉社區總體營造	文建會	
10.2.4 發展創意型地方色產業	經濟部	創意農業、特色小吃、工藝等
10.2.5 發展鄉村型產業	農委會、經濟部	創意農業、特色小吃
10.2.6 充實地方文化館	文建會	文化設施產業

資料來源：國藝會研究整理

國藝會提出台灣發展文化創意產業的十三大「核心產業」與「週邊產業」。取核心產業主要是針對產業定義中的智慧財產權之生成運用，同時兼顧國際性比較。而「週邊產業」則與智財權的生成應用無直接關連，但應用核心產業之相關

產業，或與整體文化創意產業之大環境有關，這部份則保留產業擇定開放性，不用特別去限定，但在政策的執行考量上可視重點產業的特性，列為週邊產業或核心產業考量。選擇使用「週邊產業」一詞來表達，旨在與核心一詞相對應，意指從核心產業衍生的多元週邊產品（參見圖 5-4）。

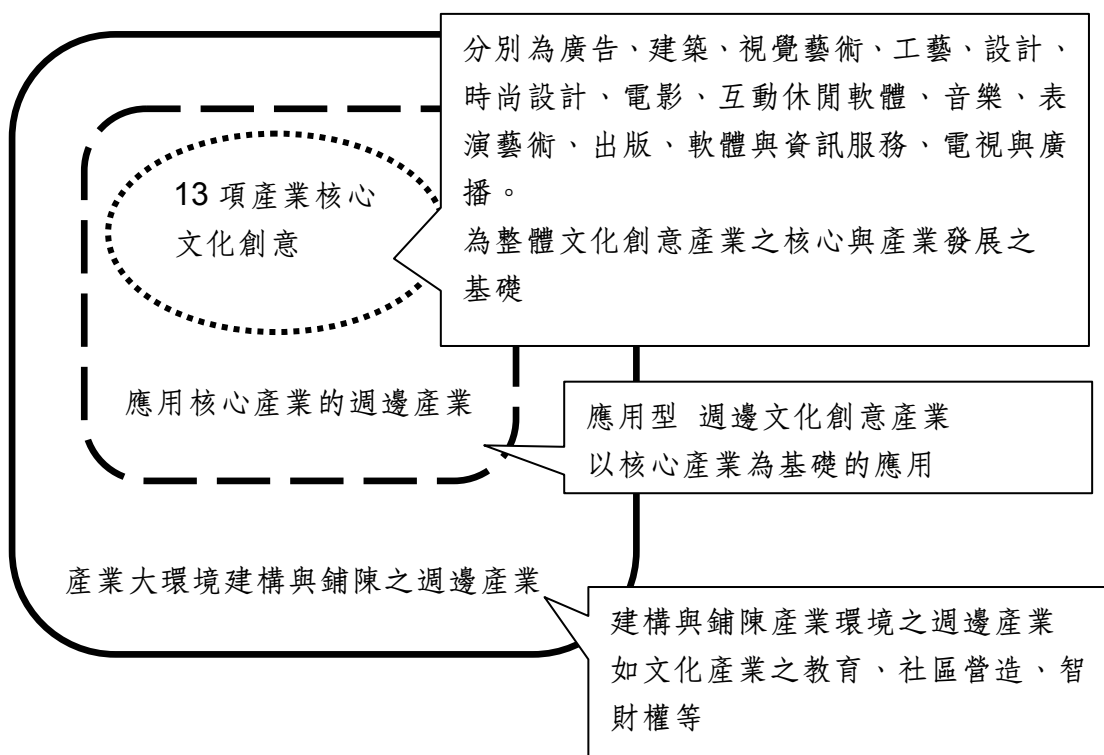


圖 5-4：台灣文化創意之核心與週邊產業示意圖

資料來源：經建會(2003)

(一) 核心產業

十三大核心產業分別為廣告、建築、藝術、工藝、設計、時尚設計、電影、互動休閒軟體、音樂、表演藝術、出版、軟體與資訊服務、電視與廣播等。下表 5-8 整合這 13 項產業與現行國家發展重點計畫政策之對照。

表 5-8：台灣文化創意產業範疇與政策關聯表

台灣	挑戰 2008 政策 (政策編號/名稱)	備註說明
廣告	無具體之關聯政策	
建築	無具體之關聯政策	
視覺藝術	2.2 培育藝術、設計及創意人才 2.4.5 數位藝術創作 2.5.1 創意藝術產業	
工藝	2.4.6 傳統工藝技術	
設計	2.4.1 商業設計 2.4.2 創意家具設計 2.4.3 創意生活設計	含括家具設計產業
時尚設計	2.4.4 紡織與時尚設計	
電影	2.4.2 創意家具設計 2.4.5 數位藝術創作 2.5.3 創意影音產業 2.5.4 本土動畫工業	動畫、數位內容之聯連性產業
互動休閒軟體	2.4.5 數位藝術創作 2.5.4 本土動畫工業 4.3.2.3 數位內容產業 (4 產業高值化計畫) 2.5.3 創意影音產業	動畫、數位內容之聯連性產業。 一般認定之線上遊戲為該產業。
音樂	2.5.1 創意藝術產業 2.4.5 數位藝術創作 2.5.3 創意影音產業	
表演藝術	2.2 培育藝術、設計及創意人才 2.5.1 創意藝術產業	

出版	2.4.5 數位藝術創作 2.5.4 本土動畫工業 2.5.2 創意出版產業	漫畫產業應被視為出版產業。
軟體與資訊服務	4.3.2.3 數位內容產業 (4 產業高值化計畫) 2.4.5 數位藝術創作 2.5.4 本土動畫工業 2.5.3 創意影音產業	數位內容之關連性產業。
電視與廣播	2.5.3 創意影音產業	

資料來源：文建會，文化創意產業產值調查與推估研究報告

(二) 週邊產業

週邊產業與核心產業有高度關聯，可分為兩大類，「一是應用核心產業做為重要基礎而衍生的產業，週邊產業非單純地只靠智慧財產權的保護，其與核心產業具有高度的複合特性；二是建構整體文化創意產業大環境建構之產業。」下表 5-9 比較了核心文化創意產業與週邊文化創意產業間的差異。

表 5-9：核心產業與週邊產業比較分析

項目	核心	週邊
產業性質	為產業發展之重要基礎與根本	為核心產業的相關應用
產業環境	為產業環境之縮影特質	建構產業大環境發展所需之基礎
全球地方化	進行國際比較	強化在地特色與地方需求
核心與週邊產業的整合，建構一個台灣的創意運動。		

資料來源：國藝會整理

1. 在產業性質上：核心產業大多是文化藝術的基礎產業，如藝術、建築、廣告、建築等，而週邊文化創意產業都是應用核心文化創意產業來支持整體的產業發

展，如觀光業背後的发展還是要靠建築、工藝、藝術與文化等領域來支持觀光產業的內容，如現行的文化觀光、社區觀光。文化設施產業也需要藝術、建築與廣告中的公關行銷等文化服務來支持，如西班牙畢爾包美術館即是一典型之案例。從這兩個例子可以明顯地發現，在產業的特質上核心產業是文化創意產業的基礎，而週邊產業則是應用核心產業而運行。

2. 在產業發展環境上：核心產業的發展為產業環境之縮影，而週邊產業則是要去建構配合產業發展之大環境，如教育、智財權與社區營等所扮演的角色。

3. 在全球化及地方化：在此二個向度上，核心產業可成為國際比較之基礎，而週邊產業則是依台灣產業發展的需求，可凸顯在地特色與地方需求。

而週邊產業的概念應與「廣義」的「創意生活產業」的概念相同，藉由文化創意來提升生活中的食、衣、住、行、育、樂各領域，是一以文化創意做為核心，進行產業化應用與生活化結合的概念，提升個人與社會大環境的生活品質，在此「商品」的概念應包括有形的「產品」、「場所」與無形的「服務」與「活動」等概念。如現今之香草精油產業、婚紗攝影產業、運動休閒產業即是所謂創意生活產業的概念，同時也是文化創意產業。

最後我們將核心產業和週邊產業整合來看，國藝會整理出其中個別產業的核心價值、相關價值與關聯產業說明。原有 13 項產業，其中設計與時尚設計可併為一類，互動遊戲軟體與軟體設計亦不可分，是以表 5-10 可歸併成台灣 11 項核心產業。

表 5-10：台灣文化創意個別產業之核心價值、相關價值與關聯產業說明

業別	核心價值活動	相關價值活動	關聯產業
廣告	消費市場研究分析、行銷規劃與委託、創意管理與執行、人力資源整合與分配、媒體規劃購買與評估	媒體經營、直效行銷、市場研究、設計服務、會場佈置、攝影錄音及後製服務、媒體集中購買服務	創意設計工作室、影片製作公司、印刷設計出版業、公關行銷顧問、網路科技服務
建築	設計創意活動、室內空間設計、庭園	電腦輔助建築設計軟體的撰寫與修正、建築設備	土木工程業、景觀工程業、建築工程業、房屋建

	與景觀設計	技術的更新與設計、建築結構計算軟體的創新與設計、建築工法的研究與創新、建築師作品博覽會與展覽	築工程業、房屋設備安裝工程業、建物裝修及裝潢業。
視覺藝術	藝術品的創作生產	<ol style="list-style-type: none"> 1. 藝術作品通路可分：展示服務、販售服務。 2. 依附產品通路為主之相關產業如：藝文相關活動之經營、經紀、代理等行業、公證人、商店、倉庫、百貨公司、網路、運輸、藝術品修復、保險、法律、出版、印刷等。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 作品生產關連產業： <ol style="list-style-type: none"> (1) 平面創作 (2) 立體創作 (3) 空間創作 (4) 概念創作。 2. 通路關連產業。 3. 非營利性之公、私立美術館。 4. 畫廊、拍賣公司等。
工藝	工藝品的創意研發創作、工藝品博覽會/展覽、工藝品的推廣與行銷	<ol style="list-style-type: none"> 1. 技術：工業技術之試驗與研究、規劃，以及產品性能的分析、研究與評估 2. 推廣：調查、統計以及舉辦大型博覽會/展覽(展示)，資料蒐集、編撰、發行與應用。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 上游材料生產：農產業(特用作物栽培業、作物栽培服務業等)、林產業(造林業、特殊林木經營業、伐木業等)、金屬礦業(石礦業、寶石礦業等) 2. 中游相關產業：紡織品業(其他針織品製造業等)、衣服及其他衣著裝飾製品業(絲巾及手帕製造業等等)、皮革、毛皮及其製品業、木、竹、籐製材及製品業、其他製品業(珠寶及貴金屬製品製造業、玩具製造業等等)。 3. 下游商業、服務性產業：觀光旅遊業、交通運輸業、百貨業及雜貨業(批發、零售)、貿易業。
設計	設計的創意思考，以及透過創意思考	產品設計：產品外觀設計、機械設計、工業設	機械設計業、家具設計製造業、電腦軟體設計業、

	所生產的產品與周邊服務	計、家具設計、電腦軟體設計、包裝設計、流行時尚設計、服裝設計、工藝產品設計 服務設計：專利商標設計、品牌視覺設計、平面視覺設計、廣告形象設計、商業設計、網頁多媒體設計	服裝設計業、廣告業(電子、平面、印刷輸出)、網頁多媒體設計公司
電影	電影劇本創作、電影製作、電影發行、電影展演。	音樂原聲帶、場景設計製作、餐飲服務、硬體製造、影視出租、攝影、燈光、錄音、服裝設計、影片銷售與流通權、影片傳遞與儲存、數位影片流通、電影網站、後製/特效、電腦遊戲、多媒體與數位媒體。	電視台、節目製作公司、有聲出版業、影像出版業、廣告業、數位媒體、表演藝術業、影音器材出租業。
音樂 (流行音樂)	有聲出版品製作、資料傳播製作、現場表演、行銷活動	1.電子媒體：電影、電視、廣播、劇場等專門配樂產品。 2.平面媒體：活動宣傳、媒體傳播。 3.數位媒體：數位影音播放。 4.產品設計：唱片封面設計、商業設計。 5.樂器業者：樂器製作、樂器修護、買賣。 6.流行時尚：造型師、化妝師、攝影等。	出版業、印刷業、電視廣播業、電影業、廣告業、表演藝術業、視覺藝術業、軟體業者、流行時尚業、製造業、物流業
表演藝術	1.戲劇：劇本創作、戲劇表演。 2.舞蹈：舞碼編排等 3.音樂：樂曲創	1.表演場地：大型劇院、小型劇場、音樂廳、露天舞台等。 2.販售服務：門票販售網路業者。	印刷業、出版業(書籍、雜誌)、運輸業、保險、法律業、經紀傳播公司、影音器材出租業、道具製作公司。

	作、演奏訓練。 4.其他：場地（劇院、音樂廳、露天廣場等）、藝術表演出版。	3.軟體服務：經營、經紀、代理業、公證人。 4.硬體服務：運輸、道具製作、服裝、舞台搭設、燈光設計、音響工程等。	
出版	提供消費者需求的文字或圖像內容，並具備以下的能力：新聞或資料蒐集、市場調查與行銷規劃、文稿編輯、美術編輯。	紙張材料提供、資訊與網路技術提供、輔銷機制提供。	設計工作室、攝影工作室、印刷製版廠、發行銷售代理、銷售通路商、出版業。
軟體與資訊服務（數位內容）	內容製作、數位娛樂、數位學習、其他套裝應用軟體。	多媒體工具軟體、嵌入式應用軟體、有線寬頻網路內容服務、無線通訊網路內容服務、ISP 加值服務、B2B 電子商務軟體及應用服務、ASP 與其他網路應用服務、資訊軟體服務。	軟體業、通訊產業
廣播與電視	節目製作與其配套（儲存、銷售與通路）、廣播（節目安排與媒體銷售）、傳送。	網路與數位播、互動電視、隨選視訊、攝影、硬體製造。	廣告業、電影產業、表演藝術公司、出版業、傳播相關產業。
週邊產業			
觀光旅遊產業	旅遊內容規劃服務（旅行社）、旅遊內容及場地提供（觀光遊憩場所）、旅遊住宿提供（觀光旅館，一般旅館，民宿）、歷史及知能傳遞（專業領隊及導遊）。	環境工程、交通規劃、農林漁牧特產、地方文史工作、從業人員培訓工作、地方節慶與觀光活動、博館及展覽會、國際會議與商務會議。	交通服務業（客運公司、船運及航空）、餐飲業（餐廳、地方小吃名產）、旅遊資訊網站、保險業。

資料來源：文建會，文化創意產業產值調查與推估研究報告

由以上分析可知，文化創意產業從產業的角度思考，必然與原有的文化角度有所不同，因此我們可以預測這兩種思維與邏輯的對話、衝突和互補，在現實環境中將繼續發生。短期之內是難以用一個截然清楚的概念來分隔彼此所對應、管轄的範圍，但這也正是知識上與政策上所必須繼續深入討論的課題，不僅從理論上做探討，也需要文化界的參與，以尋求共識，作為未來政策制訂與行動的基礎。

小結

設置創意工坊讓許多藝術家、創意設計者能夠集中，彼此觀摩學習，提升國家設計能力，也提升國民生活的美學需求，增加附加價值的創意產品。展場與賣場提供創作者與消費者互通的平台，以最具台灣味的創意表演與產品設計，吸引觀光人潮，增加服務性就業機會，增加設計產品產值。

政府上位計畫結合地方資源，配合著文化創意園區座落在市中心鬧區，進而點燃創意之火，首要之務是「培基固本」，協助業者提升技藝，產業升級，培育「創意設計人才」，扶植「文化創意產業」，透過創意巧思，將富含濃濃諸羅風味的文化資產，轉化成流行時尚，融入城市生活，塑造嘉義的城市風格。「嘉義文化生機現，諸羅創意朵朵開」正是本計畫對於嘉義市最大的期待。

二、個別產業概述

因社會、經濟結構常有影響發展的變動，故文化創意產業中的類別、範疇、內容等，會因時修正，以切合台灣文化創意產業發展的實情。本節提供文化創意產業之 13 項核心產業進行分析，說明產業的一般名稱、範疇說明、核心價值活動、相關價值活動與關聯產業。也由於產業屬性的差異，在設計產業的個別分析，也包括了時尚設計，此外在互動休閒軟體與軟體與電腦服務則是合併整理，以利比較產業特性的差異。

(一) 視覺藝術產業

1. 產業一般名稱：視覺藝術產業

2. 行業別/範疇說明

依照行政院主計處，現行統計分類，視覺藝術產業隸屬於「文化、運動及休閒服務業」之「藝文業」。

產品包括：繪畫、雕刻、塑造、模型藝術品藝術…等。然而，由於政府機關現行的行業劃分中，未明確的列入視覺藝術產業之種類，因此，在相關的各項統計上，無法建立出有效統計資料。相關視覺藝術產業之分析，可先由：

生產：視覺藝術作品

通路：藝術作品之展示與販售

附加網絡：衍生性商品或服務；進行相關行業的區分。

3. 核心價值活動/產品/服務(文化創意加值核心的產業價值活動)

相關視覺藝術產業，其核心活動在於進行藝術品的創作生產如繪畫、雕塑…等。由於相關之產業如通路（畫廊、美術館等），以及附加網絡（出版等），其主要活動皆以依附藝術創作生產，為主要的經濟活動。因此，在此類項以藝術品之創作為視覺藝術產業之核心價值；不包含以手工藝、電影、戲劇、繪本出版等類創作產業，而以美術系所中所包括者為主。一般可以分為：

平面創作：平面性的視覺創作。

立體創作：單一性質的立體造型。

複合媒材創作：以實際環境進行複合造型的創作。

4. 相關價值活動/產品/服務

主要之相關價值活動，在此以藝術作品通路為第一層之相關價值活動。視覺藝術作品通路可以分為展示服務與販售服務。

(1) 展示服務：主要為博物館、美術館等公、私立收藏機構。此處機關多為非營利機構，然則與其相關的服務業甚多諸如：書店、餐廳、印刷業…等。

(2) 販售服務：主要為畫廊、拍賣公司等，藝術品經由藝術家與前述機構的合作，進行販售。視覺藝術產業之第二層相關價值活動，為依附產品通路為主之相關產業。如：與藝文活動有關之經營、經紀、代理等行業、公證人、商店、倉庫、百貨公司、網路、運輸、藝術品修復、保險、法律、出版、印刷等。

5. 關聯產業

在關連產業方面，由於視覺藝術產業的核心活動與相關活動，在關連產業上，有重疊或不同之處，將依照上述分類進行說明。

(1) 作品生產關連產業：

A. 平面創作：媒材供應（工具、顏料、紙材…等）、作品出版、作品發表、作品販售、作品保險、作品運輸等。

B. 立體創作：媒材供應（工具、塑材…等）、作品出版、作品發表、作品販售、作品保險、作品運輸等。

C. 複合媒材創作：媒材供應（工具、顏料、紙材、塑材…等）、作品出版、作品發表等。裝置藝術、地景藝術等類型作品，多數以委託製作或自發性創作為主，因此在相關聯產業列入販售這些作品的紀錄，如照片、影帶等等。

(2) 通路關連產業：

A. 非營利性之公、私立美術館：策展公司或獨立策展人、印刷業、出版業（書籍、雜誌）、餐廳、書店、藝術品修復、運輸、展場設計、保險、法律等。

B. 畫廊、拍賣公司等：策展公司或獨立策展人、印刷業、出版業（書籍、雜誌）、藝術品修復、運輸、展場設計、保險、法律等。而視覺藝術產業，其經濟價值可以按上述生產、通路以及附加網絡三層進行討論。

生產：視覺藝術作品主要之經濟活動，在於公、私立美術館等典藏、畫廊或拍賣公司收購或販售、與私人收藏家之直接交易。

通路：視覺藝術作品通路其主要經濟活動：

美術館：展覽門票、出版品、其他衍生性產品（書籤、海報、月曆…等）。

畫廊、拍賣公司：作品販售所得、作品仲介所得、代理經濟等。

C. 附加產業網絡：與藝文活動有關之經營、經紀、代理等行業、公證人、商店、倉庫、百貨公司、網路、運輸、藝術品修復、保險、法律、出版、印刷等主要經濟活動為：提供因應通路活動需求之服務性商品，或其他生產品。

視覺藝術之經濟加值，主要還在於擁有良好的藝術作品，然則其整體之經濟

加值則有賴於視覺藝術通路，所進行之大型藝術活動。大型藝術活動如雙年展、藝術節等主要之經濟加值，來自於所吸引之觀光人潮，而個人或機構其主要之經濟消費，來自於參觀者之門票、住宿、飲食以及出版品之消費、其他紀念品等衍生性產品的消費。此外，其他相關之觀光產業：旅遊、飯店、旅館、銀行服務…等，亦可因大型藝術活動所吸引之人潮，而獲得實質的經濟效益。

(二) 表演藝術產業

1. 產業名稱：表演藝術產業

2. 行業別/範疇說明

依照行政院文建會現行分類，表演藝術產業包含：戲劇、舞蹈、音樂等三大項目。以上三大類可各自進行細項分類：

(1) 戲劇：現代戲劇、傳統戲劇、傳統偶劇（掌中戲、皮影戲、紙影戲、傀儡戲..等）、現代偶劇、民俗技藝（特技團、宋江陣、舞龍、舞獅…等）。

(2) 舞蹈：傳統舞蹈、現代舞蹈、芭蕾舞等。

(3) 音樂：古典音樂表演、傳統音樂表演、流行音樂演唱會等。

以上各類表演藝術產業，不包含電影、電視、音樂錄影帶等；因此，上述定義之表演藝術，其主要特徵為，藝術行為與欣賞行為之發生為同時進行者。相關表演藝術產業之分析，可先由以下三者進行：

生產：表演藝術作品（戲劇、舞蹈、音樂等）。

通路：表演藝術作品之展示（劇院、音樂廳、露天廣場…等）與販售（門票販售）。

附加網絡：衍生性產品（出版物（有聲、文字出版））或服務（經紀公司…等）。

3. 核心價值活動/產品/服務(文化創意加值核心的產業價值活動)

表演藝術產業其核心活動，在於進行表演藝術品的生產諸如：

戲劇：劇本創作、內容原始發祥、戲劇訓練。

舞蹈：舞碼編排。

音樂：樂曲創作、演奏訓練、音樂劇及歌劇的現場表演。

相關如表演製作等

由於相關之產業，如通路（劇院、音樂廳、露天廣場等），以及附加網絡（出版等），其主要活動皆以依附藝術創作生產為主要經濟活動，因此，在此處以藝術表演，為表演藝術產業之核心價值。

4. 相關價值活動/產品/服務

表演藝術主要之相關價值活動，以表演場地為第一層之相關價值活動。表演藝術可以分為表演服務與販售服務。

表演場地文化設施經營管理：主要為大型劇院、小型劇場、音樂廳、露天舞台、餐飲經營…等；販售服務：門票販售、演出影帶、節目表、目錄等。

表演藝術產業之第二層相關價值活動，為表演服務業主要可分為：

(1) **軟體服務業**：與藝文活動有關之經營、經紀、代理等行業、公證人、門票販售、網路、製作出版。

(2) **硬體服務業**：運輸、道具製作、服裝、舞台搭設、燈光設計、音響、錄音工程等。

相關如商業贊助、藝術節經營

5. 關聯產業

在關連產業方面，由於表演藝術產業的核心活動與相關活動，在關連產業上，有重疊或不同之處，將依照上述分類進行說明。

(1) 表演作品生產關連產業：

A. 戲劇表演：劇本編寫、服裝設計、化妝、道具製作、舞台設計、燈光設計、專輯攝影紀錄、專輯出版（有聲、文字）、法律服務（智慧財產權）等。

B. 舞蹈表演：舞碼編排、服裝設計、化妝、道具製作、舞台設計、燈光設計、專輯攝影紀錄、專輯出版（有聲、文字）、法律服務（智慧財產權）等。

C. 音樂表演：樂曲創作、演奏訓練、樂器維修、保養、舞台設計、燈光設計、

專輯攝影紀錄、專輯出版（有聲、文字）、法律服務（智慧財產權）等。

(2) 表演通路如場地、服務等關聯產業：

- A. 劇院、劇場、音樂廳：**舞台設計、燈光設計、攝影紀錄、法律服務（智慧財產權）等。
- B. 表演經紀公司：**印刷業、出版業（書籍、雜誌）、運輸、保險、法律等。
- C. 附加網絡關聯產業：**餐廳、旅館、銀行、交通運輸…等一般大眾服務業。

而表演藝術產業，其經濟價值可以按上述生產、通路以及附加網絡三層進行討論。

生產：表演藝術主要經濟活動在於；(1) 大型公演（長期、地點巡迴性之演出）之演出所得。(2) 定期公演演出所得(3) 短期演出（企業贊助、藝術節）之演出所得。(4) 海外邀請演出所得。

通路：(1) 表演場地（劇院、劇場、音樂廳）等主要經濟活動：場地租借、出版品、衍生性商品（書籤、海報、月曆…等）。(2) 表演服務（經紀公司）產業主要經濟活動：門票販售所得、出版品、衍生性商品（書籤、海報、月曆…等）、代理經濟等。

附加產業網絡：與藝文活動有關之經營、經紀、代理等行業、公證人、商店、倉庫、百貨公司、網路、運輸、藝術品修復、保險、法律、出版、印刷等，其主要經濟活動，為提供因應通路活動需求之服務性商品，或其他生產品。

表演藝術之經濟加值，主要還在於擁有良好的表演品質，與創新、豐富的表演項目；整體經濟加值的部分可以分為：

a. 表演藝術團體、政府文化部門所進行之大型表演藝術活動（傳統戲劇節、表演藝術節等）。

b. 表演藝術團體與表演空間之集聚所造成的效應：如紐約的百老匯大街等。其主要之經濟加值來自於所吸引之觀光人潮；個人或機構其主要之經濟消費來自於參觀者之門票、住宿、飲食、出版品、以及其他紀念品等衍生性商品的消費。此外，其他相關之觀光產業：旅遊、飯店、旅館、銀行服務…等，亦可因表

演藝術活動，所吸引之人潮而獲得實質的經濟效益。此外，表演團體與空間之聚集還可培養當地民衆成為主要消費者，並得以持久經營。

(三) 工藝產業

1. 產業一般名稱：工藝業。

2. 行業別/範疇說明

工藝創意產業的產品包括有：皮革製品、玻璃製品、陶瓷製品、編織及刺繡品、石材製品、珠寶製品、木製品、竹製品、玩具及玩偶、金屬製品、家具、其他手工業品，以及其相關衍生性商品。

另一方面所謂傳統工藝包括：塑造、木藝、竹藝、紙藝、版印、印染、金工、陶瓷窯藝、竹木牙石雕、琢玉、編紮、織繡、髹漆、彩繪、鑄造、樂器製作、文房四寶製作、裱褙、剪黏等。

3. 核心價值活動/產品/服務(文化創意加值核心的產業價值活動)

工藝創意產業的核心價值活動，在於工藝品的創意研發與製作，意即將設計思考的創意生成，最終以工藝產品來呈現的活動過程。

4. 相關價值活動/產品/服務

(1) 技術方面：在於針對工藝技術之試驗與研究、規劃，以及產品性能的分析、研究與評估。

(2) 推廣行銷方面：針對工藝產品與其技術進行調查、統計以及舉辦大型博覽會/展覽(展示)、進行工藝品的推廣與行銷、包裝與展示、通路分配、工藝品之零售與電子商務，並逐步累積各項有助於促進手工藝創意產業的資料蒐集、編撰、發行與應用。

其他如工藝原料、工具與機械、工藝品之鑑定制度、

5. 關聯產業

上游材料生產：農產業(特用作物栽培業、作物栽培服務業等等)、林產業(造林業、特殊林木經營業、伐木業等等)、金屬礦業(石礦業、寶石礦業等等)。

中游相關產業：紡織品業(其他針織品製造業等等)、設計業、時尚業、衣服及其他衣著裝飾製品業(絲巾及手帕製造業等等)、皮革、毛皮及其製品業、木、竹、籐製材及製品業、其他製品業(珠寶及貴金屬製品製造業、玩具製造業等等)

下游商業、服務性產業：觀光旅遊業、交通運輸業、百貨業及雜貨業(批發、零售)、貿易業、地方特色產業。

(四) 設計產業與時尚設計產業

1. 產業一般名稱：創意設計產業、時尚設計產業。

2. 行業別/範疇說明

創意設計產業的產品與範疇包括有「產品設計」與「服務設計」。其中產品設計包括：產品外觀設計、機械設計、工業設計、家具設計、電腦軟體設計、包裝設計、流行時尚設計、服裝設計、工藝產品設計；而服務設計則包括：專利商標設計、品牌視覺設計、平面視覺設計、廣告形象設計、商業設計、網頁多媒體設計。

工業設計作為文化創意產業，其範圍包括：主要設計工作(如概念設計、設計草模製作、機構設計、模具設計等)以及相關設計工作(包裝設計、CIS 設計等)。

3. 核心價值活動/產品/服務(文化創意加值核心的產業價值活動)

「設計」是一種創造行為，其目的在決定產品的真正品質；在工業設計中，所謂真正品質並非指外表，主要乃在結構與功能的關係，俾達到生產者與使用者均表滿意之結果。

設計是一種創造性的活動，主要是在整個系統中建立一個具有多面向特性的對象、流程與服務。因此，設計是以科技、創新、人文為主要成份的整合性活動，也是促成文化與經濟互動的關鍵因素。

設計是將市場情報、市場競爭資料”轉換”成在市場具有銷售力與競爭力的結果。創造生活便利與提昇生活品質是設計行為的目的，設計—統合藝術、科技與行銷，是一種跨專業領域，凝聚知識與經驗的統合工程，其形於外的是增進產品(或標的物)的價值，然其內在卻是文化傳承的精髓呈現。因此設計的創意思考為產業核心價值活動。時尚設計則又另著重服裝相關設計及展覽服裝相關的設

計。

4. 相關價值活動/產品/服務

設計前之研究(如市場調查、人因研究等),以及工業設計中的精描圖繪製、模型製作、產品設計(產品外觀設計、機械設計、工業設計、家具設計、電腦軟體設計、包裝設計、流行時尚設計、服裝設計、工藝產品設計)、服務設計(專利商標設計、品牌視覺設計、平面視覺設計、廣告形象設計、商業設計、網頁多媒體設計)、設計諮詢顧問(服務包括:品牌認同建立、企業形象、資訊設計、新產品發展等)、產業的研發、原型與模型的製、產業的設計原料而在時尚設計產業則另側重行銷與顧問、傳播與通路、雜誌出版、時尚設計教育、時尚攝影、髮型設計、化妝品、配件設計、香味設計、模特兒。

5. 關聯產業

設計產業以「設計思考活動」為核心價值,「產品設計」與「服務設計」為範疇,則關聯產業包括相當廣泛,為產業之應用與升級之重要產業,有公共關係與行銷、諮詢與管理顧問與財務、模型製造業、產品行銷業、策展業(如資訊展、家具展)、專利買賣、市場調查,均為關聯產業。而應用在建築、包裝、廣告、家具與設備、個人用品、運輸、醫療、電器、時尚、通信、藥物、餐飲、消費性商品(涉及多個製造與服務產業)而在時尚設計的關聯產業則為紡織、服裝製造、服飾通路零售產業。

(五) 建築產業

建築設計業要作為文化創意產業,所關心的對象乃是建築相關整體產業鏈中,企圖以「建築設計」作為一個具有產值、有獨立經營價值與經營體系的創意產業。也就是說,將建築業(包含整個設計、發包、施工、驗收的流程)中建築設計以創意思考生成的環節,企圖將其以個人創意轉化為有潛力創造就業機會的活動,將他作為文化創意產業來發展,培養文化產業的環境,往後進行應有的產業分析指標調查。

1. 產業一般名稱：建築設計業

2. 行業別/範疇說明

建築設計創意產業包括有建築設計、室內設計、庭園與景觀設計，建築設計業的產出，通常是將創意生成的思考活動，透過專業設計圖呈現之技術服務，銜接下游營造業的營建過程，產生具體建設供人們生活使用。

3. 核心價值活動/產品/服務(文化創意加值核心的產業價值活動)

建築設計創意產業所包含的核心價值活動在於建築設計、室內設計、庭園與景觀設計當中的創意思考設計活動。換句話說，設計的思考活動正是建築設計業作為文化創意產業的核心。

建築設計創意產業的核心價值活動，在於建築設計的設計過程與產出，其中包括建築形式與樣貌的創意生產、建築設計結合建築技術的思考與定案。要作為好的建築設計創意產業，營造的技術與成本的考量，是成就建築生產的相輔相成的工具或環節，而非倒過來將建築設計的過程，變成滿足現階段營造技術與有限成本的工具。

此外相關之室內空間設計、庭園與景觀設計、地景設計，及古蹟保存與再利用，也應視為建築產業重要的核心活動。

4. 相關價值活動/產品/服務

與建築設計業相關的價值活動包括電腦輔助建築設計軟體的撰寫與修正、建築設備技術的更新與設計、工法與材料研究創新、建築結構計算軟體的創新與設計、建築工法的研究與創新、建築成本規劃與管控、專案管理、建築師作品博覽會與展覽等，此外都市規劃也是建築產業相關的價值活動。

5. 關聯產業

建築設計業的關聯產業很多，包括營造業中的土木工程業(景觀工程業)、建築工程業(房屋建築工程業、房屋設備安裝工程業)、營造施工業、建築代銷業、建築材料業、營建管理業、消防設備業以及建物裝修及裝潢業等下游產業，除此之外，文化設施產業也與建築產業具高度關聯。

(六) 電影產業

1. 產業一般名稱：電影業

2. 行業別/範疇說明

電影產業的產品包括劇情片、紀錄片、廣告影片、教育、訓練、工商推廣等，其內容透過電影、錄影帶、VCD、DVD、有線電視、無線電視、衛星電視與大眾接觸。

3. 核心價值活動/產品/服務(文化創意加值核心的產業價值活動)

4. 相關價值活動/產品/服務

與電影產業中重要的相關價值活動包括電影發行、電影展演、電影影展。另外電影則涵蓋：音樂原聲帶、促銷、場景設計製作、硬體製造、影視出租、攝影、燈光、錄音、服裝設計、影片銷售與流通權、影片傳遞與儲存、數位影片流通、電影網站、後製/特效、電腦遊戲、多媒體與數位媒體等價值活動。

5. 關聯產業

與電影產業中的關聯的產業有：電視台、電視節目製作、音樂、出版、廣告、數位媒體、表演藝術、商品銷售、專業訓練。

(七) 電視與廣播產業

1. 產業一般名稱：電視業。

2. 行業別/範疇說明

台灣目前對於電視產業的界定，依據中華民國行業分類標準，電視業包含電視業(從事以無線電或有線電傳播聲音及影像，藉供公眾直接收視與收聽者之行業)及廣播電視節目供應業(從事廣播電視節目、廣告、錄影節目帶製作、發行之行業均屬之。由電影片轉錄成錄影帶、碟影片之行業亦歸入。

3. 核心價值活動/產品/服務(文化創意加值核心的產業價值活動)

電視產業主要的文化創意加值產業核心價值活動為節目製作。

4. 相關價值活動/產品/服務

電視產業中的核心價值活動主要為下列四項：節目製作與其配套(儲存、銷售與通路)、廣播(節目安排與媒體銷售)、網路與數位傳播、互動電視、隨選視訊、攝影、硬體製造、多媒體與數位廣播、個人化的攝錄機、藝術與創意工作室、人力資源與商業製作等。

5. 關聯產業

與電影產業中的關聯的產業有：廣告、電影與錄影帶、表演藝術、出版(含唱片)、商品銷售。

(八) 廣告產業

1. 產業一般名稱：廣告業。

2. 行業別/範疇說明：

廣告產業的範疇包括進行市場調查與分析、進而擬定行銷定位與策略、配合創意的發想與執行、落實到各項媒體型態或活動型態等方式、透過人力資源整合與運用、為客戶創造效益，其內容需透過軟體如企畫及創意與執行人力，硬體如媒體與各類型態之廣告輔銷物等。

3. 核心價值活動/產品/服務(文化創意加值核心的產業價值活動)

廣告業的核心價值在於創意的管理與執行及廣告的行銷與創造。

4. 相關價值活動/產品/服務

廣告產生於提供以下產品及服務：消費市場研究分析、行銷規劃與委託、創意管理與執行、人力資源整合與分配、媒體規劃、購買與評估等都被視為廣告產業相關的價值活動。而與廣告業相關的價值活動涵蓋了以下周邊單位：創意設計工作室、影片製作公司、印刷設計出版業、公關行銷顧問、網路科技與多媒體服務、數位內容、媒體集中購買服務。

5. 關聯產業

與廣告業密不可分的關聯性產業：媒體經營，直效行銷，市場研究，設計服

務，會場佈置，攝影錄音及後製服務。

(九) 出版產業

1. 產業一般名稱：出版業。

2. 行業別/範疇說明

廣義的「出版」包括選擇文字、圖像或音響等方面的資料或作品進行加工，配合文字與畫面的創意美感，用印刷、電子或其他複製技術製作成為書籍、報紙、雜誌、圖片、微縮製品、音像製品或機讀件等以供通路上架及出售、傳播。其內容需透過軟體如編輯與美編的執行人力，硬體如紙張材料與印刷製版等，包含報業，雜誌，圖書。（資料來源：全國新書資訊月刊 2002 年 6 月號，「圖書／雜誌出版研究」專題選目）

3. 核心價值活動/產品/服務(文化創意加值核心的產業價值活動)

出版業的核心價值產生於提供消費者需求的文字或圖像內容，所以原創與原始的構想，是產業創意生成的核心，而支持原創完成的新聞或資料蒐集、市場調查與行銷規劃、文稿編輯、美術編輯等皆是產業重要的核心價值活動，出版產業重要的核心價值活動可分為書籍、雜誌、新聞與數位內容的出版。

4. 相關價值活動/產品/服務

與出版業相關的價值活動涵蓋：設計工作室、攝影工作室、印刷與紙張油墨製造、書店、圖書館、市場研究、諮詢顧問、發行銷售代理、銷售通路、展覽及版權交易。

5. 關聯產業

與出版業密不可分的關聯性產業包含有：廣告、音樂、書店、互動休閒軟體、軟體與電腦服務、電影、廣電、網路與多媒體及數位內容。

(十) 音樂產業

1. 產業名稱：音樂產業

2. 行業別/範疇說明：

有聲出版品：音樂類唱片、雷射唱片、錄音帶、其他有聲出版品製作、發行、買賣行為。

資料儲存媒體製造與複製業：磁片、磁碟、磁帶、磁卡、唱片、錄音帶、光碟片、錄影帶等製造與複製行業。

藝文服務：音樂表演活動安排、演出場所經營、經紀、代理等。

視聽及視唱：凡從事提供視聽、視唱場所及設備之行業均屬之。

著作權管理：版權代理、著作權認證、進出口著作權審查等。

3. 核心價值活動/產品/服務(文化創意加值核心的產業價值活動)

有聲出版品製作：作辭、作曲、錄音等內容創作。

資料傳播製作：儲存媒體製造及複製。

現場表演：這裡泛指非屬於表演藝術類中之音樂性表演，包括流行音樂、地下音樂、非主流音樂、跨領域音樂等現場演出，以及分屬不同目的性例如公益性質、教育推廣等演出。

4. 相關價值活動/產品/服務

創意服務：音樂發行、封面設計、商業設計、產品設計等相關藝術與創意的工作室。

影像服務：MTV、音樂帶製作、攝影等。

音樂媒體：電影、電視、廣播、劇場、遊戲等專門配樂產品。

平面媒體：活動宣傳、媒體傳播。

數位軟體：數位影音播放、多媒體內容。

樂器業者：樂器製作、樂器修護、樂器買賣。

流行時尚：造型師、化妝師等。

其他如有聲出版品分配與零售、著作權管理、行銷活動及新興的網路及數位音樂。

5. 關聯產業

行銷活動：包含各類型演出、發片之促銷活動，以及相關從業人員之包裝、宣傳活動等。

通路：相關產品買賣、唱片行等。

其他：出版業、電視廣播業、電影業、廣告業、表演藝術業、軟體業者、流行時尚業、製造業、物流業、KTV 業。

(十一) 軟體與資訊服務產業、互動休閒軟體產業

1. 產業一般名稱：軟體業、軟體出版業、軟體製造業、電玩產業、遊戲產業、數位內容產業

2. 行業別/範疇說明

軟體出版業：凡從事電腦軟體出版之行業均屬之。同時，從事電腦軟體設計、複製及發行之行業亦歸入本類。但從事電腦軟體設計服務之行業應歸入 7201(電腦軟體服務業)細類。從事大量複製電腦軟體之行業應歸入 2640(資料儲存媒體製造及複製業)細類。

電腦軟體服務業：凡從事以軟體技術提供系統分析及設計、程式設計等軟體服務之行業均屬之。但電子計算機教育訓練，應歸入 7990(其他教育服務業)細類。軟體大量複製應歸入 2640(資料儲存媒體製造及複製業)細類。一般而言，互動休閒軟體產業則視為軟體出版業的概念。

軟體出版業：凡從事電腦軟體出版之行業均屬之。同時從事電腦軟體設計、複製及發行之行業亦歸入本類。但從事電腦軟體設計服務之行業應歸入 7201(電腦軟體服務業)細類。從事大量複製電腦軟體之行業應歸入 2640(資料儲存媒體製造及複製業)細類。

3. 核心價值活動/產品/服務(文化創意加值核心的產業價值活動)

在軟體與資訊服務產業的產業文化創意加值核心為內容製作、數位娛樂、數位學習、系統軟體、解決方案、系統整合、系統設計與分析、軟體建築與設計、專案管理、公共建設設計、其他套裝應用軟體而互動休閒軟體產業的產業核心，則在於遊戲設計。

4. 相關價值活動/產品/服務

軟體與資訊服務產業相關的價值活動：多媒體工具軟體、電子商務軟體應用、資訊軟體服務、諮詢與訓練、軟體維護、硬體設計、製造與維護、資訊提供與分配、通訊服務、研究與發展。互動休閒軟體產業相關的價值活動，與軟體與資訊服務產業，有些許的差異例如：出版、影片製作、電視遊戲、線上遊戲、行動電話的遊戲、攜帶型電腦遊戲製造、音樂帶、衍生商業服務，如紀念品、玩具、服飾等。

5. 關聯產業

軟體與資訊服務產業的關聯產業，為管理諮詢顧問公司、電子通信、網路與數位媒體、互動休閒軟體、出版、廣電、音樂、電影與錄影帶、設計、廣告、建築、數位內容等等。互動休閒軟體產業相關產業，包括了電視電影產業、軟體產業、網路、音樂、零售、出版、運動、數位內容，而與軟體產業有相當的出入。

第三節 數位內容產業

隨著第三波工業革命崛起，科技發展一日千里，知識加速累積、深化，已超越土地、資本，成為新世紀國力競爭的決勝關鍵。特別是 1990 年代，美國資訊通信科技的不斷研發、創新，驅動了舉世矚目的新經濟，也掀開了「數位化的知識新世紀」的序幕。美國的數位內容產業每年營收超過 4,000 億美元（約 12 兆新台幣），佔 GDP 的 4%。全球的數位內容市場，每年成長 33.8%，到 2004 年將達 2,228 億美元，其潛在商機相當驚人。政府有鑑於數位化新世紀降臨，行政院在 2002 年提出了「挑戰 2008—六年國家發展重點計畫」，其中最受矚目的就是「兩兆雙星」產業政策，明確地勾勒出我國產業政策之發展方向。所謂的

兩兆雙星所指的是，在 2006 年的產值將分別達台幣兆元以上（兩兆）的半導體與影像顯示兩個產業，以及發展生物科技與數位內容兩個極具潛力的明星產業（雙星）。

一、數位內容產業之定義：

經濟部工業局「數位內容產業推動辦公室」參考不同國家對於數位內容的定義後，將數位內容定義成：「將圖像、字元、影像、語音等資料加以數位化並整合運用之技術、產品或服務」之官方版本。

「數位內容」產業的涵蓋範圍包括動畫、數位娛樂、數位學習、有線寬頻網路內容服務、無線通訊網路內容服務、ISP 加值服務、電子商務軟體及應用服務、ASP 及其他網路應用服務、資訊軟體服務、多媒體工具軟體、嵌入式應用軟體、及其他套裝應用軟體等，應用於資訊、網路、傳播、文化創意、廣告、教育、行銷等許多領域。而經濟部工業局亦根據自訂數位內容官方版本定義，將有關於數位內容產業範疇訂定為下列八類，並可將產業分類如下圖 5-5 所示：

- 數位遊戲：以資訊平台提供聲光娛樂給一般消費大眾，包括家用遊戲機軟體 (Console Game-PS2、XBOX、GameCube)、個人電腦遊戲軟體 (PC Game)、掌上型遊戲軟體 (PDA、Gameboy、手機遊戲)、大型遊戲機台遊戲 (Arcade Game)。
- 電腦動畫：運用電腦影像廣泛應用於娛樂與工商用途。在娛樂應用方面，例如：影視、遊戲、網路傳播等，著重於娛樂效果。在工商業應用方面，如建築、工業設計等，著重於商業行為。
- 數位學習：以電腦等終端設備為輔助工具之學習活動，包含數位學習內容製作、工具軟體、建置服務、課程服務等。
- 數位影音應用：數位化拍攝、傳送、播放之數位影音內容。在傳統影音數位化方面，例如傳統音樂、電影、電視節目進行數位化。在數位影音創新應用方面，例如數位音樂、數位 KTV、互動隨選影音節目等。
- 行動內容：運用行動通訊網路提供數據內容及服務，包含手機簡訊、行動數據服務(如導航/地理資訊等)。

- 網路服務：提供網路內容、連線、儲存、傳送、播放之服務，包含各類網路服務(如 ICP、ASP、ISP、IDC、MDC 等)。
- 內容軟體：提供數位內容應用服務所需之軟體工具及平台，包含內容工具/平台軟體、內容應用軟體、內容專業服務等。
- 數位出版典藏：包括數位出版、數位典藏、電子資料庫等。

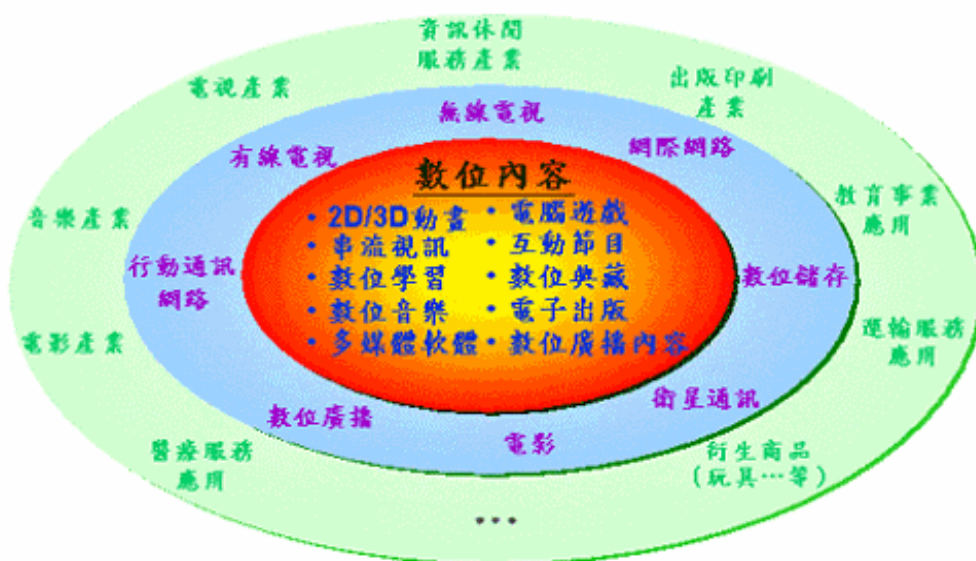


圖 5-5：數位內容產業範疇

資料來源：經濟部工業局數位內容產業推動辦公室

根據資策會(1998)提出軟體產業之特性如下：

(一) 產業進入障礙低：

資訊服務業一般不需事先投入巨額資本購買土地、廠房或預付製作材料支出而承受庫存壓力。故造成軟體技術人員容易自行創業，中小型軟體公司林立，產業結構趨向於低金字塔(較扁平)。

(二) 業者創新快速：

企業以技術為競爭優勢的核心，故軟體產品創新能力強、技術革新快。但產品生命週期短，因此淘汰速度也較其他產業來得快。

(三) 專利權保護不易：

由於執行專利權需花費大量時間與金錢，在耽於保護專利權同時，競爭者可能早已經改良或開發更新穎的產品。同時，國人若對於知識服務價值的認同觀念不落實，資訊軟體業就易獲利，不易獲利就難以吸引優秀人才投入。

(四) 創新取向之產品研發：

軟體產品創新性遠較產品標準來的重要，如何在不同領域中創造產品差異性及利基市場是生存關鍵。

(五) 零和賽局之競爭：

軟體市場傾向「只有第一，沒有第二」，由於相同功能的產品往往只能選擇一種來進行使用。

(六) 產品忠誠度高：

消費者對於軟體產品使用通常移轉成本較高，除非新產品功能差異或所能提供之效益足夠大，否則顧客不易更換產品。

(七) 差異化的市場策略：

早期產品進入者先以技術優勢取得市場領先地位，再透過各種方式擴大市場佔有率。而晚進者則必須投下教育、導入成本，降低消費者轉換軟體所應附加的成本以提高消費者轉移之意願。

由於數位內容產業具有發展知識經濟與數位經濟指標意義，除可促使傳統產業轉型為知識型產業，也是提升台灣整體產業競爭力的基礎平台。因此，數位內容產業將是未來台灣高附加價值產業的「兩兆雙星」核心優勢產業之一。

二、發展趨勢及相關計畫

我國加入 WTO 後，為因應二十一世紀的全球化挑戰，於 2002 年 5 月在行政院會議中先定案，由行政院經濟建設委員會推出「**挑戰 2008：國家發展重點計畫**」，預計在未來六年內，發揮促進經濟成長、創造就業機會、提升生活品質等多重效益，並可強化農、漁民及勞工等弱勢團體福祉與權益。此計畫目的在對「未來」做強力投資，厚植國力的建設，藉由投資人才、研發創新、全球運籌通

路與生活環境等四項主軸，選定了十大重點落實推動，加速打造台灣邁向綠色矽島之路，而十大重點投資計畫之「數位台灣」即是針對「數位內容產業」所做的規劃，其內容詳述如下：

數位台灣

策略：發展寬頻到家所需的基礎設施；積極扶持新興且具高潛力的數位產業，包括數位娛樂、數位典藏、數位學習等；推動電子化應用，包括電子化政府、智慧型交通系統、產業/企業電子化、網路化社會等。

計畫目標：六年 600 萬戶寬頻到家，建設台灣成為亞洲最 e 化的國家。

經濟部工業局自 91 年度起，已將數位內容產業列為八大新興產業之一，目前已正式獲得行政院核定通過，希望未來能運用台灣在中華文化上的優勢，開發符合華人風格的數位內容產品，以發展國內數位內容產業，建構台灣為亞太地區數位內容設計、開發與製作中心，並帶動週邊衍生性知識型產業發展，期許台灣在 5 年內轉型成為區域高附加價值產業中心，10 年內發展成為具全球競爭力的重要知識經濟體，預計 2006 年數位內容相關產業產值將增加達新台幣 3700 億元，增加四萬個以上就業機會且外銷比例逐年提昇至 30% 以上。

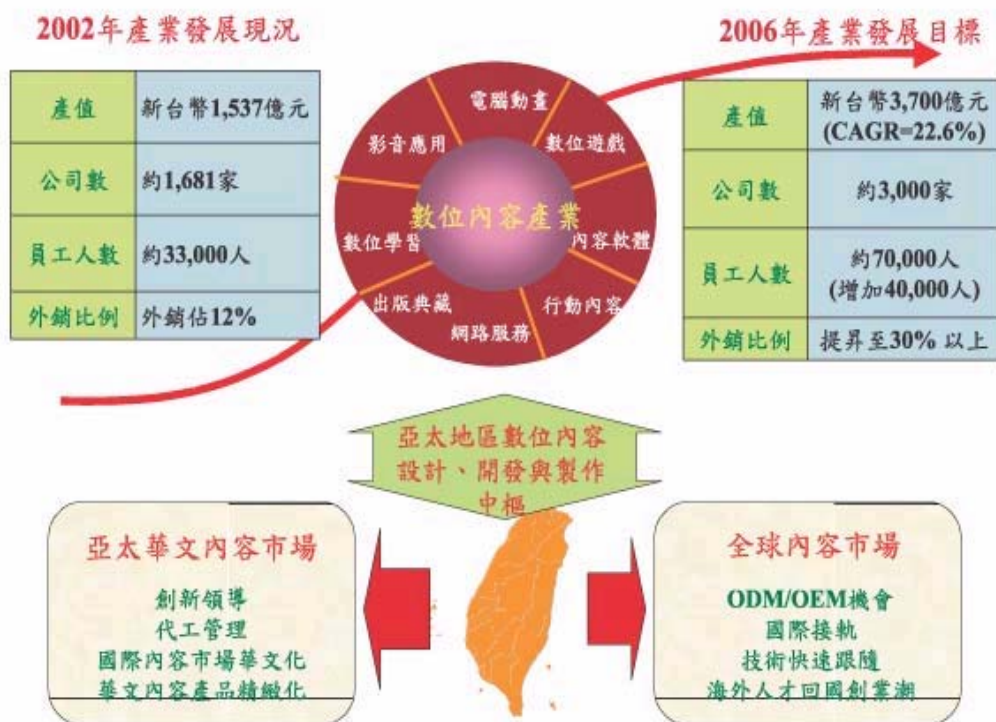


圖 5-6：數位內容產業現況與發展目標

資料來源：經濟部工業局數位內容產業推動辦公室

在六年國家發展重點計畫「兩兆雙星」產業推動政策之下，數位內容產業的發展期望是達到「產業規模化、人才國際化、產品精緻化」三大目標。目前數位內容產業這項具備高度成長潛力的產業，已獲得政府計畫性的重點扶植，就長遠的未來發展而言，大中華市場及多元文化，都將是台灣未來發展數位內容產業的優勢與潛力。

三、數位內容產業發展現況

數位內容產業的發展現況，從經濟部的資料可得知，2001 年的國內產值達新台幣 1334 億元，而以多媒體電腦軟體及網路服務為主。而在政府部門之中，行政院已通過「數位典藏國家型科技計畫」、「數位學習國家型科技計畫」及「加強數位內容產業發展推動方案」。也成立數位內容產業計畫辦公室，作為產業推動與輔導的單一窗口，盼能解決整合問題。在工業局方面，將成立數位內容產業之網站，收集國際資訊以提供廠商參考，並定期舉辦評選與競賽。

在人才培養方面，許多民間業者在政府的補助之下，已陸續規劃成立數位內容學苑，培訓國內有志從事數位內容者，能學習專業技巧與經驗分享，並陸續邀請國外專業人士來台和業界交流，提昇我國研發能力。近幾年來，在數位內容相關產業之中，嵌入式軟體及網路服務相關產值快速成長。因此，政府未來除了積極推動人才培育及建立著作權保護的制度，也將積極推動數位內容的鑑價及交易制度，以利數位內容的創作者能夠快速的商品化和商業化。

在產業推廣與發展領域，行政院亦於 91 年 4 月 19 日通過「加強數位內容產業發展推動方案」，經濟部並於同年 6 月 27 日宣布成立「數位內容產業推動辦公室」。該方案旨在推動台灣成為亞太地區數位內容設計、開發與製作中樞，並帶動週邊衍生性知識型產業發展，使該產業具國際競爭優勢。此外，由於銀行對該產業認知不足，因此在資金面也將協助法人、創投基金投資數位內容產業，並建立數位內容鑑價機制，強化國內資金提供者之融資意願，進行重大數位內容投資案評估，以利融資及爭取投資。預期金融輔助可新增 1,500 家公司，推動 20 家以上數位內容公司上市上櫃。並將預定未來五年投入 10 億元以上，協助業者申請研發貸款 20 億元以上，由此觀之，我國數位內容政策面誘因和資金動能儼然成型。

以下針對經濟部工業局所訂定有關於數位內容產業範疇的八類，分別詳述在國內發展現況及規模：

(一) 數位遊戲產業

1. 產業發展現況

根據經濟部工業局網站多媒體產業發展推動計畫辦公室之統計，2002 年國內數位遊戲產業產值超過新台幣 110 億元，主要成長動能來自於個人電腦線上遊戲（PC Online Game）的蓬勃發展。數位遊戲產業範疇包括個人電腦平台單機與線上遊戲、家用遊戲機平台單機與線上遊戲、手機遊戲軟體、掌上型遊戲軟體、大型遊戲機台遊戲軟體等（見下表 5-14）。在家用遊戲機市場方面，自從日本 SEGA 退出遊戲機主機市場後，目前由 Sony 的 PS2、任天堂的 GameCube 與微軟的 Xbox 三分天下。

表 5-11：我國遊戲產業範疇

家用遊戲機軟體 (TV Game)	家用遊戲機平台單機與線上遊戲軟體 (PS2、GameCube、Xbox)
個人電腦遊戲軟體 (PC Game)	個人電腦平台單機與線上遊戲軟體
掌上型遊戲軟體 (Handheld Game)	Game Boy Advance、Nokia N-Gage、PDA 平台遊戲軟體等
手機遊戲軟體 (Mobile Game)	手機 Java 遊戲軟體等
大型遊戲機台遊戲軟體 (Arcade Game)	一般於遊樂場所中所擺放之大型遊戲機台等

資料來源：經濟部工業局網路多媒體產業發展推動計畫，2002 年

國內數位遊戲產業主要以個人電腦平台的單機 (PC Game) 線上遊戲 (PC Online Game) 為主。以五家上櫃遊戲公司的經營型態分析，大宇資訊早期從事單機遊戲的開發與發行，目前已成為華人市場規模及佔有率最大的網路遊戲公司，主要業務為個人電腦單機線上遊戲開發、代理及經營。第三波資訊旗下的 GameZONE 戲谷以提供線上遊戲、網路遊戲為主，為一知名華文遊戲網站。智冠科技為國內最大的遊戲發行商與通路商，同時自製開發單機遊戲與線上遊戲，旗下並擁有多本暢銷遊戲雜誌，近年來智冠科技靠著代理及自製線上遊戲，在華文地區線上遊戲市場佔有重要地位。昱泉國際擁有多年的 3D 引擎開發技術，原先以自製個人電腦遊戲、線上遊戲為主，最近開始朝家用遊戲機平台發展。遊戲橘子一開始即是以代理線上遊戲起家，未來以拓展數位娛樂營運平台以及擴大市場為主要目標。

2. 產業發展趨勢

根據經濟部工業局之數位內容產業分析，可知數位遊戲產業發展趨勢可歸納如下：

- (1) 家用遊戲機軟體 (TV Game) 市場主流地位確立。
- (2) 家用遊戲機軟體 (TV Game) 朝連線化發展。
- (3) 遊戲大廠開發產品朝跨平台發展。

- (4) 個人電腦線上遊戲(PC Online Game) 仍是大中華地區遊戲市場主流。
- (5) 中國大陸市場成兵家必爭之地。
- (6) 無線通訊發展創造手機遊戲軟體 (Mobile Game) 新機會。

3. 產業發展關鍵成功因素

消費者購買遊戲軟體是為了娛樂，享受遊戲所帶來的影音感官刺激，線上遊戲則是享受其帶來的人際互動，因此產業發展的成功與否還是決定在遊戲本身。數位遊戲產業具有數位內容產業的本質，不但需要堅強的程式設計能力、美工設計能力、遊戲企劃能力及音樂製作能力，還需要創意與創新能力，唯有如此才能不斷創造出有趣新鮮的產品，才能滿足消費者永遠渴望新產品的需求。

我國數位遊戲產業未來若要能蓬勃發展，其至少需要發展的成功之關鍵因素如下：

- (1) 優異的遊戲設計、專案管理與執行能力。
- (2) 掌握關鍵技術 (自行開發或購自國外專業廠商) 。
- (3) 充足的高階遊戲開發人才。
- (4) 與國際發行商保持良好關係，掌握各地市場的資訊。
- (5) 龐大且快速成長的消費市場，保護智慧財產權。
- (6) 良好的籌資管道。
- (7) 政府法令及租稅健全。

(二) 電腦動畫產業

1. 產業發展現況

台灣電腦動畫產業相較於美日歐等許多國家的發展遲緩許多，直到近年許多動畫電影大作的產生，才開始逐漸有所改變。由於我國動畫影片市場有限，賣座情形欠佳，加上資金、創意不足等問題的影響下，發展相當艱辛，同時受到傳統動畫代工業務逐漸外流到中國大陸、韓國、東南亞等低成本人力地區，業者也紛紛外移到海外設分公司，目前 2D 動畫代工主要業者如：宏廣、鴻鷹、會宇等公

司均已將部份代工業務轉往大陸。另一方面，3D 電腦動畫的興起，廣告片後製業務幾乎都是電腦動畫的天下，更加深傳統手繪 2D 動畫業者如：青禾、凱傑、華裕的轉型壓力，生存空間的萎縮使得部分業者從公司規模縮編為工作室型態，並試圖轉向電腦動畫發展，然而受限於資金、技術、設備的限制，轉型之路相當辛苦。

自從個人電腦 3D 動畫軟體的出現，使得以前需要用大型伺服器才能製造的高水準 3D 動畫已不再是遙不可及了，也因有線電視頻道開放以及國內數位遊戲公司蓬勃發展，擴展了電腦動畫的應用領域，使得愈來愈多公司也開始進入電腦動畫領域。

此外，由於網際網路發展興盛，網路動畫的出現，突破過去業者缺乏播映舞台的困難，而且證明只要有創意，小製作的 Flash 動畫依然可以獲得觀眾的青睞，成為網路流傳熱門的話題，甚至能獲得製作廣告代言、公益短片、新聞片頭的機會，也可以授權產生各種衍生商品。因此，國內許多業者積極朝向網路動畫發展，例如春水堂的「阿貴槌你」、會宇的「江西傳奇」、在線上網際的「訐譙龍」、藝動網的「蠢動網」、洛可可的「摘星」等。

除了以電腦動畫為主要業務的上述公司之外，國內許多電視節目製作公司本身亦擁有動畫人才，而擅長於電影電視廣告後製的利達亞太創意中心、在廣告影片（Commercial Film；CF）及電影特效製作方面（聖石傳說）也十分成功之太極影音、強調廣告與行銷的摩奇創意，甚至許多專為企業設計網頁、製作公司簡介與產品型錄的公司，也以電腦動畫為主要服務項目。我國電腦動畫產業的產值相較於全球仍有很大的差距，也顯示出未來仍有很大的發展與努力的空間。

2. 產業發展趨勢

由於目前國內 2D 動畫已將生產基地移往大陸分公司，而顯示國內已經失去代工的優勢；而 3D 電腦動畫雖然是技術密集的專業，同時也是勞力密集與資本密集的高科技產業，需要大量的人力、物力、財力與時間，並結合不同領域的專才，才能製作出具有高品質水準的作品，依目前國內環境，電腦動畫產業規模在短時間仍無法有突破性的進展；而廣告動畫短片與電影電視節目後期製作則受到客戶移往大陸發展的因素影響，市場反而有萎縮的隱憂。

國內業者則已經體認到須擁有動畫影片版權及發行權才能真正獲利的現實，並積極朝自製動畫片的方向努力，期望能逐漸打開華人動畫市場，將台灣自製動畫影片推展到國際市場。

3. 產業發展關鍵成功因素

在資訊科技發展下，電腦動畫事業結合資訊科技與創意，將成為娛樂內容產業價值鏈中不可或缺的一部分。由於動畫技術應用的範圍廣泛，從電影、電視、廣告、數位遊戲到互動光碟軟體等均可見到其影響，因此將會扮演支撐數位內容產業的重要基礎。動畫影片的製作必須能結合全球發行體系，才能打入國際市場，但前提必須是作品有足夠的市場潛力和水準，才能獲取電影或電視國際發行商的青睞。關鍵要素在於內容創意開發、製作技術、有趣的故事題材及受市場歡迎的人物角色，上述之各個層面為發展動畫產業環環相扣之重要議題。

我國電腦動畫產業發展之關鍵成功因素如下：

- (1) 發展環境的塑造
- (2) 內容與客群的策略
- (3) 人才的引進與培育
- (4) 資金的支持

(三) 數位學習產業

1. 產業發展現況

數位學習產業之定義，乃運用各種資訊科技進行「學習」的相關產業，包含電腦輔助教學(Computer Assisted Instruction, CAI)、電腦輔助訓練(Computer Based Training, CBT)、線上學習(On-line Learning)、遠距教學(Distributed Learning)等等。

數位學習產業之範疇，包括數位學習內容製作業者、數位學習工具軟體業者、數位學習建置服務業者等三類。而此三類業者目前主要的市場，均聚焦於企業訓練市場(Corporate Training)、大專教育市場(Higher Education)、政府部門市場(Government Division)以及高中以下教育市場(K-12)，主要的原

因在於此四類市場的規模較大，較為成熟所致。根據經濟部工業局網路多媒體產業發展推動計畫辦公室之統計，2002 年我國數位學習產業整體產值已達新台幣 30 億元，較 2001 年成長 69%。

目前進軍數位學習市場的業者中，內容提供者佔絕大多數，範圍由一般學習內容（如：亞洲學習網、題酷網、知庫網、階梯、育楷、網際高校等）、電腦技能（如：大亞、巨匠、龍門課站等）、語文訓練（如：1390、Justtalk、Gostudy 等）、課程製作（如：勝典、摩司、巨磯、遠流等）、數位學習平台（如：育基、旭聯、訊連、台灣知識庫等）到企業相關技能訓練（如：POSPO、亞太教育訓練網等），可見市場競爭非常激烈。

2. 產業發展趨勢

根據知名顧問公司 Gartner 的預估，全球數位學習市場規模於 2006 年將達 672 億美元（約新台幣 23,231 億元），並且 2001~2006 年期間平均年複合成長率（Compound Average Growth Rate；CAGR）為 100%，由此可見，全球數位學習產業將持續呈現高成長。

由於數位學習在全球的發展上，尚屬於一塊全新的領域，故多數廠商會提供完整解決方案，以進軍國際市場。而跨國聯盟或合組公司共同推動數位學習市場的營運模式，將是廠商進軍全球的重要方式之一。

3. 產業發展關鍵成功因素

數位學習產業的成功因素，從硬體環境、內容及內容載體、使用者習慣等缺一不可。在寬頻網路使用價格持續下跌、品質不斷提昇及教育單位往下紮根重視資訊教育的情形下，面對逐漸完備的基礎環境及使用者習慣逐步養成後，數位學習內容提供者應思考如何善用網路及資訊科技的特性，以最適當的方式提供使用者所需的內容，而非依循傳統的教學方式及思考邏輯建構數位學習的內容，如此，才有機會在這一場爭奪戰中存活，真正獲取、享受利潤。

數位學習產業發展之關鍵成功因素如下：

- (1) 須擴大內需市場規模，配合政府產業政策，塑造產業發展之環境。
- (2) 加強與國際大廠之技術與業務合作，以提升產品技術水平。

(3) 成立專業的培訓機構，建立職訓課程認證，以培訓高階專業人才。

(4) 建立融資機制以促進創投與異業資金導入。

(四) 數位影音應用產業

1. 產業發展現況

數位影音應用的定義乃將影音資料（如：電影、電視、音樂）加以數位化並整合應用，包括產品及服務兩類。隨著網際網路頻寬的改善以及數位廣播的陸續開播，使得數位內容服務逐漸受到重視，利用資料壓縮傳輸技術，傳送數位影音的應用日益普遍，影音應用產業也應運而生。而數位影音應用產業的範疇，可分為數位影音設計之製作（含互動節目），包含創意、腳本、雛型設計、拍攝與後製作等；數位影音節目之發行，如：CD、VCD、DVD 等數位產品；數位影音之播送，如：電影、電視、廣播、網路視訊與網路 KTV 等。

2. 產業發展趨勢

由於數位影音技術日漸成熟，許多國家或地區的數位廣播將在近幾年陸續開播，將可帶動影音應用之相關應用，除了畫質有所改善之外，也將有許多的相關應用可推展至目前的電視平台之上，如：隨選視訊服務（Video On-Demand；PVR）、個人視訊錄製服務（Video On-Demand；VOD）、電視商務（T-Commerce）等，預計 2006 年我國及大部份國家電視頻道將全面轉換成數位化。其次，傳統的電影產業也將因為影音數位化而有巨大的轉變，預計 2006 年全球將有 30% 的傳統電影院轉換至數位電影院。

從區域市場的角度來看，由於華人經濟體的發展日益蓬勃，加上中國大陸地區幅員廣大，其市場規模呈倍數成長，未來將成為市場必爭之地。國內業者應把握此華文影視內容利基市場，加速國際合作，儲備國際競爭力，進一步發展成為亞太華文市場的製作及行銷中心。

3. 產業發展關鍵成功因素

全球數位影音應用產業仍在發展當中，許多營運模式尚未經歷經過考驗，故尚無成功案例可供依循。若以影音應用產業所提供的價值分析，娛樂、資訊無疑是產業之核心價值。由於影音數位化之後，有別於以往傳統的類比內容，將可產

生更多附加價值，但也有可能產生負面影響，使得廠商在營運模式的塑造與建立，更需謹慎。

我國數位影音應用產業發展之成功關鍵因素如下：

- (1) 符合市場的創意導向，吸引消費者青睞。
- (2) 具備堅強的製作團隊，將具有市場導向的創意付諸實現。
- (3) 掌握、培養自我行銷通路並與國際發行廠商合作。
- (4) 充足的資金援助，才能製作出高水準的作品。
- (5) 具有尊重智財權的龐大消費市場。

(五) 行動應用服務產業

1. 產業發展現況

行動應用服務之定義為使用行動終端設備產品，經由行動通訊網接取行動數據內容及應用之服務。在行動語音市場逐漸飽和之後，行動數據的普及發展，預料將會帶動另一波新行動服務的興起，行動應用服務產業的範圍相當廣泛，包含行動通訊服務、行動娛樂服務、行動交易服務、行動資訊服務、行動定位服務等，分述如下：

(1) 行動通訊服務：

提供消費者彼此之間通訊的服務，如：簡訊服務(SMS)、電子郵件(email)、多媒體訊息交換(MMS)等。行動通訊服務是目前行動增值服務中最成功的應用，隨著通訊頻寬的增加，業者從初期的文字簡訊到開始推出電子郵件及圖檔訊息傳送的服務，預期當第三代通訊服務(3G)時代來臨，將成為結合影像、聲音的多媒體訊息服務。

(2) 行動娛樂服務：

提供消費者娛樂性的應用服務，如：鈴聲下載、圖像下載、遊戲下載及影音應用等服務。行動遊戲可說是行動娛樂服務中最具發展潛力的應用，不同於行動通訊服務市場完全是電信業者所提供，此市場的主角除了電信業者外，還包括許

多遊戲內容製造商。因此，包括電玩遊戲業者及新興業者正積極切入此一市場。

(3) 行動交易服務：

提供消費者金融與商務的服務，如：行動購物、行動銀行、行動購票等服務。行動交易服務是結合電信業者、銀行及實體商店創造出來新的交易通路及新型態的購物經驗。

(4) 行動資訊服務：

提供消費者即時的資訊服務，如：新聞氣象、股市資訊、地圖查詢、停車位查詢等。由於行動資訊服務的內涵供應商與電信業者合作方式，是透過既有的收費機制，因此有較穩定的收入來源，相較於網際網路的內涵供應商初期以免費的方式提供資訊，行動資訊的內涵供應業者有較佳的利基。

(5) 行動定位服務：

利用相關行動定位技術，提供與用戶目前所在地相關之服務。行動定位服務基本上可以分為四大類：(A) 訊息服務，如：天氣播報；(B) 公眾安全服務，如：E-911 (Emergency 911) 與 110；(C) 追蹤服務，如：親友位置尋找；(D) 帳務服務，如：依地點進行收費等。

根據經濟部工業局網路多媒體產業發展推動計畫辦公室之統計，我國行動應用服務產值計算包含電信業者的簡訊、行動數據營收及行動應用內容業者營收，2002 年我國行動應用服務產業整體產值已達新台幣 79 億元，較 2001 年成長 75%，業界對於未來的第三代通訊服務 (3G) 都寄予厚望。

2. 產業發展趨勢

隨著通訊頻寬的增加及服務內容的豐富化，未來行動應用服務將從基本的通訊服務朝向結合各式行動終端設備，並符合消費者所處特定地點及特定時間的服務來發展。行動應用服務的相關業者包括電信業者、內容供應商，及金融機構應合作採用開放性服務平台。如：內容及收費機制，以豐富行動內容及應用服務，促使行動增值服務整體市場起飛。

產業發展趨勢可歸納如下：

- (1) 行動數據服務將在 2.5G/3G 上扮演關鍵角色。
- (2) 資訊有價的觀念在行動應用上漸獲消費者認同。
- (3) 電信與內容業者的產業分工模式已逐漸形成。
- (4) 行動應用服務逐步成為市場行銷利器。
- (5) 殺手級應用引爆行動數據服務的龐大商機。

3. 產業發展關鍵成功因素

日本 NTT DoCoMo 的 i-mode 行動電話服務成功模式，一直是各國行動通訊業者視為指標的學習對象，也帶動手機上網以及新興交易模式。

行動應用服務產業發展的成功關鍵因素可歸納如下：

- (1) 與業界共同推廣行動服務各項應用，讓手機用戶瞭解服務內容之價值。
- (2) 提供支援數據服務的行動終端設備產品（多媒體的功能及適合行據服務的手機螢幕）。
- (3) 建立電信業者與內容業者間合理的拆帳機制。
- (4) 小額付費與安全機制將有助於行動商務的成長。
- (5) 創新的應用服務。例如：如行動代理人（Mobile Agents）、即時訊息服務（Instant Messaging & Presence Services）、行動定位服務（Location Based Service）等相關服務。

(六) 網路服務產業

1. 產業發展現況

網際網路的普及使得資料朝向數位化型態發展，在硬體設施漸趨完備以及傳輸技術日益成熟的牽動下，數位內容市場前景可期，是各國列為重點發展的新興產業。而數位內容之發展，因網路服務產業所建立的完善網路基礎建設，才可能將優質的數位內容傳送出去。目前網路服務產業可大致分為四類：

- (1) 網路接取服務提供者（ISP）：經營網際網路連線服務以提供客戶直接

接取網際網路之業者。

(2) 網路內容服務提供者 (ICP)：經營網站內容、知識資料庫及網路商務等業務之公司。

(3) 網路應用服務提供者 (ASP)：提供網路應用系統整合及軟硬體設備整合服務之公司。

(4) 網路平台服務提供者 (IPP)：經營網際網路系統平台服務之提供者，如：提供虛擬主機、網站存放、電子郵件遞送、檔案傳送及新聞討論群組之業者。

根據經濟部工業局網路多媒體產業發展推動計畫辦公室之統計，2002 年我國網路服務產業的產值約新台幣 345 億元。

2. 產業發展趨勢

全球網際網路用戶數 2002 年初為 5 億 8,000 萬戶，2006 年將達 9 億 2,300 萬戶，成長近 300%；而全球網際網路用戶設備（如：PC、PDA、2.5G/3G 手機等）數量，將由 2002 年底約 5 億台成長至 2006 年的 15.5 億台，成長率將超過 300%，亦即每個用戶將會擁有超過一個以上的設備上網。

由於市場規模快速擴充，消費者對於網路服務的需求將不僅止於傳統內容的接取，因此，各國皆已積極展開下一代網際網路相關的研發與應用計畫，預料語音、視訊、高速計算、數位圖書館等相關應用市場都將大幅成長。

未來不僅人人上網，各種增值服務的便利應用與發展，將成為主要的營收來源，而擁有龐大的用戶數將是能夠持續經營的主要利基。未來應強調整合性服務，因為「服務」才是價值的主要來源。

3. 產業發展關鍵成功因素

網路服務產業是國家資訊基礎建設之一環，由於國內長期對於資訊基礎建設之重視，所以網路服務產業相較其他國家較為成熟。但因網路服務已由窄頻轉為先進的寬頻系統，應用範圍更為寬廣多元，如何提供更高品質且差異化的服務，將是業者成功與否的關鍵。

網路服務業發展之成功關鍵因素如下：

(1) 發展環境的塑造：

建構一個在網路頻寬、安全性與穩定性等方面，皆達到一定水準的環境，使得企業之電腦化及網路化的程度皆有所提升。

(2) 內容與客群的策略：

為了提升內容之多樣化與豐富性，並進而提高消費者的使用滿意度，對於內容付費之觀念應加強宣導，並探索市場需求與成功經營模式，以提供全新的創意應用。

(3) 人才及技術的引進：

技術人才的培訓接續，以提升整合服務技術的技術水準，並與相關國際標準接軌。

(4) 資金之支持：

網路服務產業之設備支出較大，故在資金之投入較為急迫。

(七) 內容軟體產業

1. 產業發展現況

網際網路的快速興起，加上近年來迅速發展的寬頻基礎建設，國內資訊應用的層面也從企業逐漸普及至一般消費大眾，原本生產及製作數位內容者多侷限於資訊或美工專業人員，現因多數的應用軟體操作逐漸簡單，愈來愈多的內容應用軟體（如影音編輯、動畫製作等）進入至個人與家庭領域，引發更多各式各樣的資訊（內容）供給與需求。

在網路上流通的資訊已漸被有系統、有組織地整理成有價的資訊，而具創意美感的內容也因多媒體技術導入變得更生動活潑，當一切的活動加入商業運作機制後，從內容的構想、製作編輯、管理儲存、傳佈發送各階段，都需要良好的軟體工具與平台以及專業的系統整合服務配合，因此在內容軟體的領域，大致區分成以下三種型態：

(1) 內容工具、平台軟體：

包括數位內容之製作、管理、傳送、轉檔、播放等軟體，主要提供內容從製作、管理及傳送所需的軟體工具。內容的製作工具包含編輯、製作及轉換軟體，如：影像編輯、動畫製作；平台軟體部分則有內容管理、內容儲存及特定應用領域的中介軟體。

(2) 內容專業服務：

包括數位內容建置、解決方案、系統整合等服務，為建置數位內容服務所需之專業領域知識、顧問諮詢以及系統整合相關工作，需要有專業的知識加上橫跨資訊通訊及軟、硬體整合的經驗。

(3) 內容應用軟體：

各類終端裝置上之數位內容加值應用軟體及針對存取內容所需相關的應用軟體，多半是在使用者的終端設備端執行，如：語音辨識、手寫辨識、特定的金融資訊軟體（股票機）及特定產業領域的應用系統（保險業）等。

根據經濟部工業局網路多媒體產業發展推動計畫辦公室統計，2002 年我國內容軟體產業整體產值為新台幣 461 億元（含相關專業服務、系統整合等）較 2001 年新台幣 418 億元，成長 10.23%，整體市場穩定的成長中，業界對未來市場的發展也持樂觀態度。

2. 產業發展趨勢

隨著資訊頻寬的增加、服務內容的豐富，加上各式各樣的終端設備，不僅是企業、家庭及個人都將是未來重要的資訊應用者，而內容軟體則是支持上述資訊應用最重要的角色。產業發展趨勢可歸納如下：

(1) 終端使用者具備內容製作能力逐漸普及，促進內容工具軟體成長。

(2) 使用者端的終端設備朝多元化發展，嵌入式軟體漸受重視。

(3) 台灣與中國大陸在資訊網路基礎建設逐漸普及後，內容服務建置將是具高度發展潛力的領域。

(4) 寬頻網路、行動裝置的普及，帶動內容服務基礎建設的建置需求。

3. 產業發展關鍵成功因素

數位內容的商業運作模式，橫跨了創意、資訊軟硬體以及通訊應用領域，其複雜性較高，隨著技術與外在環境演變不斷地在調整，相對地在軟體工具與解決方案也隨時需應變，尤其在特定垂直的產業應用領域更是需要專業的顧問服務才有較大的成功機會。

內容軟體產業發展之成功關鍵因素如下：

- (1) 掌握資訊與通訊之整合關鍵技術與標準。
- (2) 結合厚實的硬體產業基礎，帶動嵌入式軟體發展。
- (3) 掌握華人社會文化與商業應用模式，發展出華文內容服務導入模式，建構完整的顧問服務體系。
- (4) 培養具華文社會與國際市場行銷能力之高級專才。
- (5) 建立良好完整的籌資管道，確保資金來源穩定。

(八) 數位出版典藏產業

1. 產業發展現況

在數位化及網路化的時代來臨，傳統出版業者的出版內容也開始出現新的應用，除了新進業者之外，許多業者也積極轉型，透過各種資訊技術工具及網路等傳輸管道，將原有的內容轉換成數位化的出版，同時運用數位化的特性，賦予出版產業新的視野。

數位出版是一個嶄新的應用領域，其中電子報、電子雜誌及電子書一般皆從傳統紙本的內容延伸而來，而電子報是傳統報紙內容透過數位化技術(現今皆已用電腦打字處理)，再以電子郵件方式免費提供給讀者，部分特定主題電子報則採取低價收費的方式；電子雜誌多是由平面雜誌內容轉為數位化，增加多媒體與互動性。

由於網路的便利性，將資料庫數位化之後提供線上資訊查詢、產業市場研究資料庫與圖書資料庫等產品應運而生，提供中高階使用者付費之專業服務，特別是在資訊產業蓬勃發展、全球化趨勢之際，無國界及時間限制的線上查詢資料庫

是許多知識工作者及學生找尋相關資料的最佳工具。

國內發展數位出版典藏產業已具備良好基礎，因傳統出版產業發展相當蓬勃，近 5,000 家的出版商，每年出版數千種雜誌；9,000 餘家的出版業者，每年提供數萬種的書籍；此外，還有 20 多家的報社，出版 20 餘種報紙。加上我國的寬頻網路普及率已躍居全球第二位，2002 年寬頻上網用戶數已達 210 萬戶，整體網路使用人口則達到 859 萬人，在出版業者提供豐富的數位化內容後，勢必有相當多的使用者願意使用這些便捷的服務。

根據經濟部工業局網路多媒體產業發展推動計畫辦公室統計，2002 年我國數位出版典藏產業之產值約為新台幣 10 餘億元，在業者持續積極投入下，整體產值仍持續成長。

2. 產業發展趨勢

傳統出版產業數位化已經成為必然的趨勢。一直以來多數的創作者與出版商的關係是相輔相成，前者需要依賴出版商印製、壓片、包裝、鋪貨，後者依賴暢銷作品維持經營績效，如今透過作者專屬網站，即可著手開始出版，創作者無需負擔昂貴的成本即可達到出版的目的，而所得則全數歸於專屬的網站，無需與出版業者分享，無疑為創作者提供了全新的選擇。同時，讀者群的經營、衍生商品的商機，也能為創作者帶來版稅之外的龐大效益。

在數位典藏方面，國科會主導的「數位典藏國家型科技計畫」整合了人文和科技，其發展目標是將自然科學博物館、故宮博物院、國史館、國家圖書館、國立歷史博物館及中央研究院等多個機構珍貴的重要文物典藏加以數位化，建立國家數位典藏，以保存文化資產、建構公共資訊系統，促使精緻文化普及、資訊科技與人文融合，並推動產業與經濟發展。而文建會推動之「網路文化建設發展計畫」，也從國家文化資料庫、數位公共圖書館及數位博物館等方向著手打造台灣之電子化環境。

除了國家與學術單位的參與，許多民間業者也積極投入，運用既有的典藏資源，加以數位化以提供相關應用。數位化的精緻文物檔案資料，正是資訊相關產業，如軟體產業、網路增值服務產業、內容產業、文化產業及相關服務業等的極佳原料及動力。

出版產業的數位化發展將引發傳統出版業、媒體廣播業與資訊業界間的產業合流現象，其版圖十分寬廣，其所需整合的技術也仍在演進，而其所蘊含的商機更是難以計算。然由於牽涉的層面既深且廣，業者仍需以深耕的作法經營，清楚產品的規格與定位，配合完整而多樣化的內容呈現格式，加上逐步完善的網路建設，融入日常生活之中。

結論：「數位內容」是「兩兆雙星」重點扶植的產業之一，從前述內容不難發現數位內容產業的發展潛力，且無論是國外或者是國內，數位內容的發展均相當蓬勃快速，對於這樣一個新興的產業，各國莫不投入大量的資源。而台灣 2001 年在數位內容產業產值為 1,334 億新台幣，預估在 2006 年將可望達到 3,700 億新台幣，外銷比例會達 30%。另外，數位時代的來臨，知識經濟的發達，所衍生出之智慧財產權管理與知識有價之概念，將使「數位內容產業」更加蓬勃與成熟。

第四節 生物技術產業

自從十九世紀蒸汽機之發明引發了第一次的工業革命，二十世紀則由於資訊電子科技的發展帶動二次產業革命。科技的進步帶動人類文明之發展與生活品質的提升，而生物技術將是下一波帶給人類生活與文明更大衝擊的產業革命。

目前在生物技術的研究方興未艾，而生技產業之發展則剛剛起步，無論在醫藥、醫療、農業、環保、特化等領域，未來都將有極為重大的發展和影響。且目前世界上許多生活與科技發展先進的國家都將「生技產業」列為未來最具潛力的新興產業，極力推動。

行政院於 1995 年 8 月頒訂「加強生物技術產業推動方案」中指出，「基於生技產業深具發展潛力，為我國重點推動發展之高附加價值、知識導向型產業；因生物技術產業具高度管制、商業化認證需要、行銷國際化之特性；為建立我國生物技術產業發展之完整體系，加速推動關鍵性生物技術研發，發展具國際競爭力之生物技術產業」。以下將對生物技術產業做一步的了解分析：

一、生物技術產業之定義：

生物技術是 1970 年代在美國華爾街股票市場所新創的名詞。原始意義是指

利用生物（動物、植物及微生物）的機能來生產人類有用產品的科學技術。由生物技術衍生出來的產業稱為生物產業或生技產業。(江晃榮，2002) 根據民國八十三年行政院科技顧問組之生物技術規劃小組報告草案中指出，生物技術(Biotechnology)乃是利用生物程序、生物細胞或其代謝物質來製造產品及改進人類生活素質之科學技術。

生物技術是利用細菌、酵母菌等微生物以及動植物的細胞培養，然後將其代謝機能用以製取特定物質。也就是說，生物技術是一項綜合生物化學、微生物學、遺傳學、化學工程學等技術的學問，而能夠由微生物與細胞培養的過程中得到有用物質。生物技術應用於工業上即是生物工業(Bioindustry)，或叫生物技術產業。(江晃榮，2002)

在歐美國家對於生物技術產業的定義是使用生物科學發展人類健康醫藥、食品安全及營養、農產力和動物健康之公司或提供 **Technology-based research products** 給其他生技公司的公司。而且在傳統產業中（製藥、化學、農業、食品和能源等），有部分利用到生物製程和類似生物科技的公司，由於生物技術並非該公司原營運之目的，故予於排除。學術單位或只涉及生技研究而未有商業化行為之機構，亦不列入。(國科會科資中心)

由上定義可知，其應用範圍廣泛，附加價值又高，見圖 5-7，包括醫藥、食品、環保、能源等工業，以及農、漁、林、牧、海洋等產業。近十年來，生物技術突飛猛進，日新月異，被公認為二十一世紀最具發展潛力之科技之一。因此，推動生物科技產業，不僅有利於國家經濟發展，對產業升級、提升生活品質上均有很大的助益。



圖 5-7：生物技術產業範疇

資料來源：行政院第二十二次科技顧問會議

二、發展趨勢及相關計畫

二十一世紀是知識經濟的世紀，無論是國家、產業或個人的競爭力均來自於創新與研發所衍生創造出來的有形與無形資產。目前在各科技產業中又以「半導體」、「生物技術」、「奈米科技」、以及「通訊」為發展主軸。

因此，行政院為促進我國經濟持續成長，在「挑戰 2008：國家發展重點計畫」中，擬定發展上述四項重點計畫，其中生物科技發展計畫向下規劃了「農業生物技術」、「製藥與生物技術」、以及「基因體學」等三項國家型科技計畫，期待經由生物技術在國內的推展，提昇我國農畜產品的附加價值，強化新藥研發製造以及藥品管理能力，並從基因體與蛋白質體的研究，結合生物資訊技術以及系統生物學來探討我國民眾容易罹患的疾病致病機制，以提昇全民之健康與生活水準，並同時增加國家競爭力。所以，這三項重點計畫的推展不但可以照護人民的健康，其中也蘊藏著龐大的商機。

我國經濟作物栽培技術一直在世界的領先地位，無論是稻米、各類蔬果或是近年來新的花卉組織培養技術使產量與品質居冠。未來，在「中草藥產業技術發

展計畫」的推動下，重要藥材的栽培也將加入生產行列，成為重要的生力軍。因此，無論是中國大陸或是主要藥用植物供應國都相當重視藥用植物的栽培技術與品質。我國優異的有機作物栽培技術將成為下一波農業生技主力之一。

組織工程與生醫材料的需求也蘊含另一個龐大的商機。此外，隨著社會高齡化人工器官的需求也逐年增加。目前以豬的上皮細胞或真皮基質所開發出來的人工皮膚已經開發成功，未來以豬的肝細胞來製造人工肝臟輔助系統一旦研發成功，將造福更多肝病患者。所以，農業生技與醫療結合之後所帶來的市場潛力無窮。

近幾年，隨著人類基因體圖譜的解開，對於基因體及系統生物學的研究，在世界先進國家是熱門的重點發展也是藥物開發與醫療診斷的研發基礎，尤其各種族之間的遺傳特質不同，加上地理環境、生活飲食習慣差異可能導致的基因變化，因此，不同種族對於疾病的罹患機率也不相同。未來對於新藥研發將有更多的期待，從過去的一體適用改變成個人化藥物，研究人員甚至可能將生活飲食習慣與疾病之間的關係解開，尋找到個人化的保健模式，人類的生活將全面改觀。

因此，國家型生技產業計畫的持續推動，不僅創造了產業發展的利基空間，也提供了大量的就業機會，為國家經濟、地方和個別廠商間，均帶來更多繁榮，也增加了更多的商機。

為發展高科技產業，促使台灣在二十一世紀成為科技島，政府致力於健全相關法規及驗證體系、建立智慧財產權之保護制度、推動國際相互認證及建立產業資訊等，以加速改善生技產業之發展環境。近年來，國內投入生物技術的創業投資公司數量已增加至四十二家，其在生物技術投資案已有 35.7 億元的投資金額，生技製藥相關公司設立、與國際公司合作及技術轉移的個案數量成長驚人，估計近兩年來國內有超過 100 家企業直接參與生物技術行業。

三、世界主要國家生物技術產業發展現況與趨勢

根據國內工研院經資中心的江晃榮博士的研究指出，全球生技產業市場目前仍以美國為主，歐洲其次，日本緊追在後。但在未來 10 年，歐洲及日本地區將比美國具有較高的成長率，詳見下圖 5-8。在全球生技產業結構方面仍以醫療為主，就未來十年的成長率來看，農業領域將具有較高的發展，這是因為各國將根

據自有的特色發展生技產業，如歐洲發展農業、日本發展食品產業。日本以外之亞洲地區；特別是大中華地區，醫療及環境重建等領域將有大幅成長。

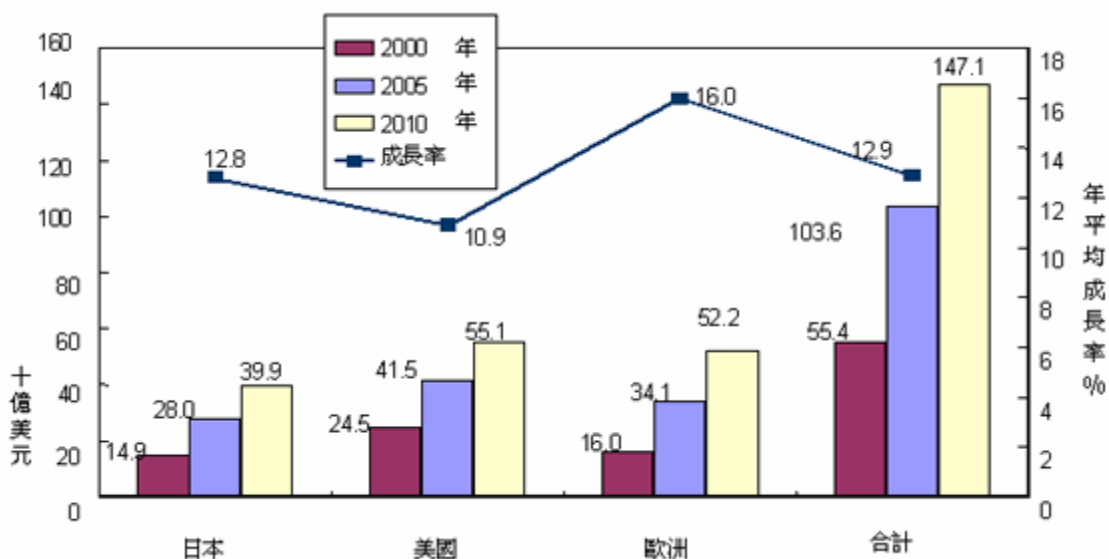


圖 5-8：全球生技產業市場趨勢

資料來源：三菱總和研究所 (MRI)

(一) 各國生物技術產業政策概況

1. 美國

美國的生技產業發展有近 30 年之歷史，其崛起是學術研究界與創投界共創之佳績，可謂為全球發展生技產業最成功的例子。而美國政府的多項政策加強了其競爭優勢。其發展重點模式有以下數點：

- (1)大量投入研發經費，孕育創新生物技術及人才。
- (2)推動創業基金並激勵高風險創投資金的躍動。
- (3)國有研發成果下放，鼓勵產學研合作。
- (4)加重對生技公司實驗研發階段的研發補助及推動創業基金。

美國生技產業之能在國際舞台上獨佔鰲頭，主因是美國政府及私人機構均在生物科學的基礎研究方面投入大筆經費，目前在細胞及遺傳等方面的進展均是因政府研究經費所賜。政府經費投注在 6 個主要領域，即：農業、能源、環境、保

健、生產與生物製程及一般基礎科技，由 12 個政府單位主導。政府支持的項目亦包括訓練/設施/研究資源的整合、結構生物學、海洋生技、基因體研究計畫、技術開發及商品化等。

根據 Chemical Market Report 資料分析，美國生技產品銷售在有利的產品發展和市場動力推動下，需求每年平均以 12% 的速度擴展，公元 2000 年達到 158.5 億美元，預計至西元 2010 年將繼續增加到 490 億美元。美國自由市場經濟的開放政策對資金的籌募有利，且政策中的市場結構兼顧了大型及中小型企業，使二者均有發展的空間。

美國在生技產業上已奠定了領先各國的基礎，在全球對生技產業日漸重視的今天，美國需兼顧到在公私立大學的研究補助、教育經費、醫療紀錄之隱私保護、醫療保險補助、及研究之前瞻性等關鍵因素，方能持續突破，鞏固其利基於不搖。

2. 英國

英國生技產業之基礎在於生命科學之研究，英國政府推動高科技研究，除了提供研究獎學金，培養人才外，還致力於建立研究之基礎建設，如在聯合研究設備方案（Joint Research Equipment Initiative, JERI）經費中，即提撥 5.7 佰萬英鎊於生物科技。

因為生物技術可提供經濟及環保效益，但投入研發時間長，英國政府持續地在稅制上給予研發抵減優惠，此外設有大學挑戰基金（University Challenge Fund）、產學創業計畫（Science Enterprise Challenge）、法拉第合作計畫（Faraday Networks）、Reach Out Funds、地區性的創投及高科技基金（the DTI Enterprise Fund），以及高科技企業運作獎勵（Enterprise Management Incentives），均對生技開發及建立新創生技公司提供助力。因英國的投資環境激勵之故，生技新創及中小企業公司也紛紛成立。

3. 德國

德國的生技產業雖排名在英國之後，但有迎頭趕上之勢，其產業發展模式值得有心推動的國家參考。2000 年德國的生技公司成長至 279 家，已超過英國，到 2001 年已超過 300 家，為全歐第一。究其原因，實與政府的政策有關。因德國是最早了解生物技術重要性的國家之一，早在 1972 年就成立聯邦研究暨技術

部推廣新技術，生物技術的開發則委託德國化學工程學會（German Chemical Industry Association, VCI）辦理。德國政府於生物技術方面的研發經費為國民生產毛額（Gross National Production, GNP）的 2.28%，在研發方面，聯邦政府提供最好的研究環境卻不干預企業的研究方向。一般而言，主要是由大學、公共研究機構及非營利研究單位決定研究主題，政府補助之考量則以全民經濟利益為前提。

於德國，切入生技產業的門檻低，在新創公司取得創投資金後，可由中央及地方各申請到同額的無息貸款。德國政府並於 1993 年通過基因工程法規（the Germany's genetic engineering law），使得基因研究得到支持及共識，整體之法規架構亦得以改進。

4. 瑞典

瑞典的國家規模較小，國內市場也不大，所以如何將生技產業行銷全球，走進國際社會是主要的目標，因此所有瑞典大型生技公司，如 Erickson Astra 以及 Pharmacia 都成功的具有國際知名度。

瑞典生技產業極為蓬勃，主要歸功於健全的創投體系，若以密度計算生物技術公司廠家數目的話是全歐第一。1990 年代初期創投公司大約為 25 家，但十年後即增加至 140 家，其中有許多是生命科學專業公司。

瑞典生技產業主要偏重在檢驗試劑及醫療器材，特點為 a.具獨特研究領域專才，研究成果商品化較為容易；b.新藥核准的速度快，有良好的專利保護制度；c.生產成本低，亦是代工的理想地區；d.靠近歐盟及環波羅的海市場，行銷市場條件良好。

1995 年 1 月 1 日瑞典加入歐盟之後，各項醫療器材及品質與安全標準即參照歐盟相關單位之規範，經過多年的努力，醫療保健已成為瑞典生技產業重要特色。

5. 日本

美國、歐洲地區與日本是全世界生技產業的鐵三角；而日本是亞洲經濟大國，就日本在生技業的發展政策上而言，其生技產業規模比美國小，從事生物技

術研究人員與研究經費均少得很多，但與歐洲相比則勝過歐洲。日本在生物技術研究發展經費較美國少，有其二大理由：(1)生物技術以基礎科學為主而發展，研究成果幾乎由美國獨占，分子生物學、基因工程等之發展全由歐美開始。(2)日本對生物學之認知與美國不同。美國在早期就非常重視醫學與生物學之發展，而日本在戰後較重視重化工業，忽視了基礎生物學之研究。因此，日本在早期生物技術之發展上顯然受美國成果之影響，無法脫離全盤依賴的美國型式。

此外，日本具有雄厚之發酵工業基礎，在食品及化工領域中配合應用微生物之技術，促使日本生物技術朝向發酵與酵素相關工業領域發展。使得歐美許多國家開發成功之上游成果，能與日本企業合作，藉其發酵技術之優勢進行量產工作。因此，美國是以基因工程、細胞免疫等為基礎，而日本則是利用發酵工業優點，各自由點發展生物技術，延伸到面及整體。在生技產業之發展上，相對於美國以小型創投生技公司為生物技術研究主導的產業，日本則是以大型跨國企業為主流。

日本生技產業有一特色，即是各地方依其資源發展具地方特色的生技產業，研發產品，例如以畜產品聞名的北海道發展畜產生物技術，在中央及地方政府共同合作下，建立了許多生物技術科學園區，藉由團隊精神推動整體生技產業，加上有計畫的生技科普教育的實施，奠定了日本亞洲生技王國的基礎。

6. 韓國

在 1980 年代時，韓國政府在生物技術的研發方面投下了大量經費，目的在使韓國成為全世界生物技術的領先國之一。當時生物技術就被其政府選定發展重點項目之一。企業界領導人也認為，生物技術是當時國家優先推動的科技中最主要的高科技。以傳統生技產業的觀點來說，韓國的基礎是相當不錯的，傳統生技研發與產品都與發酵食品有關，例如醬油與聞名全球的韓國泡菜。近代的發酵產品，則有酒精性飲料、氨基酸（韓國的味精生產與美、日、台灣並列四強）以及抗生素，這些產品在全世界市場都占有一席之地。

韓國政府在推動生技產業過程中，扮演著火車頭角色，除了設立許多政府支持研究機構之外，也編列預算支持基礎性研究，包括食品、發酵、植物育種、藥物評估等。

7. 新加坡

新加坡位於馬來半島的最南端，為歐亞海空交通的樞紐，面積僅有 240 平方公里，自獨立以來新加坡即意識其該國資源不豐，幅員狹小，因此致力於金融業等服務業。1980 年代，新加坡政府以發展生技產業為未來工業重點，因此在 1981 年起，產品發展協助計畫（PDAS）就開始補助生物技術的研究發展。另外，也成立了國家生物技術委員會（National Biotechnology Committee, NBC），成員有政府官員及來自各國的頂尖科學家。其推動生技產業的策略有以下五項：

- (1)技術發展
- (2)培育人力資源
- (3)激勵業界活動
- (4)加強基礎設施
- (5)喚起社會大眾的認知

為了發展生物技術產業，新加坡政府採取利基（Niche）方法，發展重點配合現有自然與人文環境。目前新加坡國內主要發展的生技產業方向為生技藥品、農業產品（包括食品）、環保產品和其他醫療設備、儀器。

8. 古巴

古巴是一個共產小國，在一般人的印象中，古巴的棒球水準是全球第一，卻很少人知道古巴的生物科技也具有世界性水平，而且是生技產業大國。遠在 1959 年古巴革命之前，二次大戰期間美國就在古巴設立了許多醫藥及保健研究機構，1960 年代古巴在生物醫學的研究領域有多位傑出的科學家出現。1980 年代之後因蘇聯的經濟援助日漸減少，又受到美國經濟制裁，於是古巴政府就選定發展生技產業來推動經濟。在政府的帶動下陸續設立了許多生技相關研究機構。

古巴生物技術最傲人的成就是生物重組 DNA B 型肝炎疫苗、干擾素、鏈激（Streptokinase）以及腦膜炎 B 疫苗，其他還有酵母菌的分子生物醫學，對傳統與非傳統酵母菌建構基因表現系統，基因轉殖魚以及家畜，家畜重組 DNA 疫苗，近年來亦從事愛滋病藥物的研發。

古巴在推動生技產業初期時，就將目標鎖定在疫苗研發，行銷市場以第三世界為主。古巴利用其廉價之勞工，低價之成本，與先進國家的生技產品做市場區隔，先將生技產品行銷出去，有了實質獲利後，再進行其他研發，以期與生技先進國家一較長短。這一策略成功的使古巴在 8 年期間，生物技術已在全球占有一席之地。10 年的光陰，在正確的理念與規劃下，古巴由科技小國轉變成為生技大國，他山之石可以攻錯，古巴的成功經驗可以提供台灣地區發展生技產業很好的借鏡。

由以上數個在生技產業發展較為先進國家的經驗，可對台灣現正推動生技產業發展的參考。美國是當今生技大國，早期推動生技產業時，在創投公司努力下，很成功的將基礎、理論性的科技轉換成產業，歐盟靠著傳統醫藥歷史，也在生技領域占有一席之地，尤其在醫療保健，檢驗試劑方面。日本在傳統發酵工業有一定基礎。因此生技產業的發展是以食品與特化為主，日本推動生技產業模式是以政府為龍頭，依群體力量共同推動。

古巴及新加坡都是小國，在整體科技環境與台灣部份方面是類似的，新加坡生技產業的發展定立高目標，主要是期望藉由國外大型藥廠的投資來達到既有目標。共產小國的古巴雖然在生技產品的研發項目不多，卻有實質成功的案例。日本的國情環境與台灣相似，而日本的食物占 32%、農業占 35%。由全球主要國家發展生技產業的模式，可以得到下列結論：

- (1) 各國依國情不同，發展生技產業模式及重點也有差異。
- (2) 小國也有機會發展生技產業。
- (3) 生技醫藥產業仍是各國發展生物技術時優先項目。
- (4) 生技產業發展目標訂定的標準，依國家內外環境而有差異。
- (5) 合作溝通與協調，集中人力、物力是生技產業成功要素之一。

以上每個國家都有其特色及資源，台灣地區在推動生技產業時，可以參酌各國模式，擬定自行發展方向，目前政府有許多獎勵投資政策，民間公司、創投對生技投資也很蓬勃，若嘗試自國外引進成熟技術，則國外的成功經驗可供借鏡。

(二) 先進國家生技產業的發展對台灣的啟示

全世界生物技術產業的生技大國是美國、歐盟、日本、加拿大，此外澳洲、紐西蘭、以色列，甚至共產小國的古巴在發展生技產業都有很大成就，他國成功的經驗能帶給台灣推動生技產業極大啟示學習與激勵作用。因此，將分下列幾個方面討論：

1. 基礎研究的重要

1970 年代以前，沒有人能想像象牙塔裏的學問分子生物學會搖身一變成為二十一世紀最重要產業幕後的基礎科學。而分子生物學的發源與研究主要是在歐美地區。所以在開始推動發展生技產業時，歐美地區以其過去分子生物學的研究基礎佔優勢，才進一步發展成為生技大國。所以，生技產業與基礎研究的關聯，其關係是相當密切的。

2. 研發經費必須充裕

許多生技產業大國，之所以能領先他國的原因在於投入大量的研發經費，孕育出創新生技人才。生技產業，特別著重在創新研發與後續售後服務工作，因生物技術是典型的知識經濟，如何將一些資訊(information)，轉為無形的知識(knowledge)，再形成有價的商品(products)，其實是不容易的。所以研發工作相當重要，台灣地區發展推動生技產業，在研發經費的比例絕對要大幅提昇才能符合需求。

3. 開創新市場，創造新價值

台灣地區人口少、市場小，生物技術上又不及其他發展較成熟的國家，所以發展生技產品不應只考慮台灣市場，應該走出台灣，進入國際社會才有廣大市場。而古巴拓展生技市場至第三世界國家即是很好例子。可見市場的開拓必須好好籌劃，認真思考才能成功。

4. 小國也能發展生技產業

生技產業不是大國的專利，小國也有機會，古巴經驗正足以說明，小國發展生技產業絕非沒有機會。但先決條件必須有堅強研發規劃，策略擬定人員才能以小博大。因此，若與古巴比較人才、資金、設備與資源台灣比古巴的基礎良好許

多，因此創造生技產業為二十一世紀台灣重要科技產業是有機會的。

5. 尋找自己的利基

如何尋找自己的利基點，並充分發揮，是每一國家發展生技產業重要的事。日本在生技產業基礎研究上遠落後於歐美，但日本具有很多利基點，例如雄厚的發酵與酵素工業基礎，傑出的商業情報人員以及一流的行銷規劃策略，所以在1970年代生物技術興起時，歐美地區上游的研發成果與日本合作，利用日本利基點，將實驗室研究成果順利轉為產品，行銷全世界。可見如何善用利基是非常重要的。

(三) 生物科技產業發展現況

政府早在民國七十一年，已將生物技術列為八大重點科技之一，積極推展生技產業，十幾年來，已奠定良好之基礎。生物技術產業屬於興新產業，具有技術密集、高風險以及研發比重大等特性。因此為了建立生技產業發展之完整體系，於民國八十六年八月行政院第二五三九次院會修正通過「加強生物技術產業推動方案」。

目前國內生物技術，係以開發關鍵性之生物技術為主，主要包括：(1)遺傳工程技術：從基因之分子層次，開發生物系統應用。(2)細胞工程技術：以融合技術為主，開發細胞融合及組織培養技術。(3)酵素及蛋白質工程技術：從分子層次改變酵素及蛋白質之特性。(4)天然物生產技術：以生物程序技術，就天然資源予以開發。(5)生化工程技術：生物反應器之設計、系統之控制、產品之回收及純化，製程之開發及擴大規模之試量產技術。(6)生物系統技術：各種生物技術之整合應用，建立生物技術產業硬體、軟體之規劃及其應用。(張煜光，1990)

2001年，我國生技及醫藥產業總值約為新台幣1009億元。而製藥產業產值為新台幣514億元(原料藥產值約為新台幣41億元，西藥製劑產值達431億元，中藥製劑產值為新台幣42億元)，約佔全球製藥產業產值0.5%，廠商約490家。醫療器材產業的產值為新台幣270億元，佔全球產值0.5%，廠商350家。而新興生物技術產業則涵蓋基因、檢驗、藥品、農業生技、蛋白質藥物、生技研發服務及生物資訊等，目前國內產值約新台幣225億元，約佔全球產值0.8%。

以下分別將國內目前生物技術產業領域中的重點產業發展，做進一步地現況分析：

1. 生技產業

在經濟部商業司有登記的生技公司，自 1997 年 1 月至 2002 年 2 月做一統計期間，共有 108 家，依產業及公司類別區分，所佔比率順序依序為生技醫藥品、農業科技、檢驗試劑、生物晶片、健康食品/中草醫，即佔七成以上的比率。見下圖 5-9 之整理：

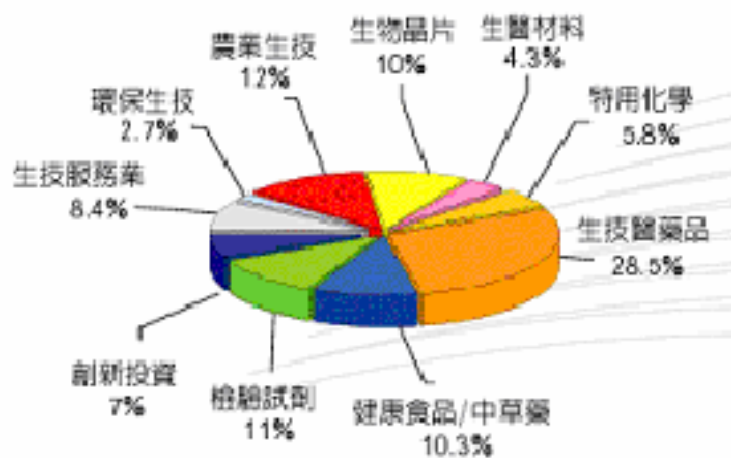


圖 5-9：我國生技公司類別(1997.1~2002.2)

資料來源：經濟部 ITIS 計畫整理

以較為嚴格的標準審視「產業」的定義，是必須具有一定經濟規模以上市場，從業人員(研發與生產)與產品均能維持相當數目。若依此定義來看，現階段台灣生物技術產業只是具備「雛形」，由於生物技術產業是研發與投資密集，且全球生物技術產業仍在發展之中，因此，生物技術產業的發展應該多由研發與投資者手。從前所提到外國生技產業成功發展的模式，是可以做為國內生技產業發展之參考。

2. 製藥產業

(1) 原料藥

原料藥為藥劑中之有效成份，通常是由天然物、石化產業等經由複雜的有機

化學反應，或由天然物中經由萃取分離純化而得。因為是藥效的來源，所以可說是製藥工業之基礎。我國製藥工業雖有許多的製劑廠，生產上千的製劑產品，但在原料方面只有少數廠商生產，總數在 35 家左右，平均產值約新台幣 1 億多元。

原料藥為製藥工業之母，為精密化學工業中最重要之一環，提升原料藥工業不僅能支援製劑工業之發展，同時也能帶動精密化學工業，進而促進支援產業發展，所以為政府部門推動的重點。

(2) 西藥製劑

國內西藥產業 2001 年市場需求為新台幣 665.9 億元。國內製藥工業整體是廠商多、市場咸、外銷不易、研發能力較弱，造成市場競爭、獲利低，使產業發展面臨瓶頸。全民健保的實施、醫療制度的變革，影響各級產業服務機構之診療與用藥模式，也改變了病人的就醫行為，並進而衝擊製藥工業的經營發展與行銷策略，對整體製藥工業產生結構的變革。

未來我國製藥工業的發展，近程應以發展高品質藥品，遠程應以開發新藥為主，應建立國內完整之上、中、下游藥物科技及研發體系，朝向大型化、專業化、自動化的生產發展方向，同時，也需積極推展國際相互認證制度，建立藥品品牌形象，以拓展國際市場並提升在國際間與大型藥廠的競爭力。

(3) 中藥

近年來隨著化學藥品副作用逐漸被人們所警示，同時一些危害生命健康的疾病也尚未發現滿意的治療藥物，因此，一般人均期待在化學藥物之外能找到新的替代療法，再加上當前崇尚天然藥物、強調自然的潮流興起，使得中草藥的發展更獲重視，為走向國際帶來契機。目前國內中草藥在政府及民間的推廣下，產值已成長，進口值隨自行生產的提昇有下降的趨勢，自給率將持續提昇。

3. 農業生物技術產業

隨著工商業的繁榮與物質文明的高度發展，人類對大自然生態環境的嚴重破壞，已到無法坐視的程度，展望未來產業的發展，環境保育之兼顧已是全球性共識。廿一世紀之生物技術不但可提供高品質食物且亦能改良生態環境，以維護農業持續性。

台灣天然資源缺乏，可耕地有限，農業產銷成本偏高，近年來隨著經貿自由化、國際化程度的提高，台灣農業已面臨經營效率、市場競爭及環境問題。有鑑於未來農業生產力、產品品質、生態環境及生物技術產業在經營效率之改進，農業生物技術的研發是為關鍵科技，更是提昇我國傳統農業技術能力及突破瓶頸的重要角色。

農業生技產業將成為 21 世紀在農業產業發展上的世界趨勢。生物技術產業將為 21 世紀發展必然的趨向，亦符合我國既定的精緻農業永續發展的農業發展政策，近年來先進國家企業界投入生技產業發展者，每年都在增加；唯由於其必須有高度研發投入作為後盾，所需耗費之高科技人力與設備相當昂貴，在創業初期，有賴於雄厚的財力及人力支持研發工作，是生物技術產業得以維繫發展之關鍵；先進國家近年來在生技產業相關研究上每年所投入經費大幅成長，充份反應其對生技產業發展的高度重視。

按民國八十四年八月十日行政院第二四四三次院會通過之「加強生物技術產業推動方案」，農業與醫藥有關生物技術產業，為我國將全力推動發展的重點科技。由於農業生技產業發展對國計民生以及未來經濟發展之重要性，目前國科會在新規劃的台南科學工業園區，已預定推動花卉與觀賞植物、植物保護生物製劑、水產養殖以及動物用疫苗等產業的發展。

行政院核定加強生物技術產業推動方案、在農業方面已選定花卉與觀賞植物、動物用疫苗及植物保護等 3 項為優先發展項目，預期在 3-5 年內建立相關產業。進一步發展將技術轉移給產業界，使其商品化，以期在現有產業基礎上求發展。

目前國內產業界主要的發展重點領域有「花卉與觀賞植物」、「植物保護」、「水產養殖」、「動物疫苗」、「農產品保鮮/水稻基因組」、「環境保護」、「藥用植物」等七大類。

4. 基因體學

國科會自 2000 年開始，已積極推動跨領域的研究計畫，如生物資訊、蛋白結構等主題研究計畫已陸續進行中，自 2002 年開始基因醫學國家型科技計畫就已積極展開，以基因體為基礎，針對國內常見的疾病，結合基礎研究、動物模式

測試、臨床試驗、技術移轉、業界發展等力量，進行疾病之預防、診斷與治療。因此，基因醫學的研發將是 21 世紀初期醫衛領域的前瞻科技方向之一。

在 2001 年初，人類基因體已有百分之 99 被解序，在這數十億已知的 DNA 序列，估計人類大概含有三到四萬個基因，但大多數基因的功能、表現、調控與相互作用都尚不清楚。因此，在這後基因體時代，「功能性基因體學」是生命科學研究的最大挑戰。依研究內容來分，「基因體學」著重基因的發現與鑑定，並標示出它們在染色體的排列位置；「蛋白質體學」為功能性基因體學的主流，著重於基因產物的功能分析—包括：基因產物之表現量、大規模蛋白質純化、鑑定與結構分析，並探討蛋白質之間的相互作用。蛋白質體學的終極目標是在蛋白質具有功能的環境下去分析各種蛋白質，並且從蛋白質多樣性的角度來了解複雜性疾病的起源，這將探討到生物化學及生理學上已知或未知的回饋反應、迴路、階梯反應以及訊息傳遞路徑。由基因體學及蛋白質體學產生的資料將遠遠超過所有各種傳統研究方法所得的結果，這些新興資料的儲存、分析與處理就是所謂的「生物資訊學」。

2001 年基因體醫學國家型科技計畫中指出，目前國際生技公司的市值已達 3,500 億美元以上，其中以基因體圖譜為基礎的研發已逐漸成為重點，其中又以美國的發展為國際之首。國內近年來，則是經由國科會、衛生署的支持，以及學術研究機構的協助參與，國內在基因體醫學的研究與開發的技術已具備基礎，同時國內相關人才增加，民間投資生技與尋求具產業競爭力之技術與產品轉為積極，現階段已有近三十多家以上生技公成立，其中以創新技術、產品為發展重點；包含以生物晶片、檢測藥劑、抗體醫藥等為主之公司約有十家以上，預計未來五年，隨著政府大量資源投入推動、政策上的增進來吸引企業投入，以及基因體研究產生之成果等誘因，將會有 200 家中、小型公司成立。基因體學的未來發展趨勢及應用可歸納分析如下：

- (1) 借助基因體科技及基因組草圖，更多單基因的遺傳疾病將會有快速的發現、解決。
- (2) 運用遺傳流行病學新知識和方法配以基因體科技，可以尋找常見多基因疾病，如：高血壓、糖尿病、癌症的遺傳基因。
- (3) 研究使用人類族群中與環境因子有關的約 200 個易感基因，涵蓋代

謝、核酸修補、細胞週期調控、荷爾蒙相關基因、細胞生長與死亡等相關基因之多形性(SNP)。

- (4) 隨著和人類疾病有關的種種基因的發現，勢必引發新科技如基因晶片、抗體或蛋白晶片的研發，對臨床診斷預期會有革命性的改變。
- (5) 基因治療方法、DNA 疫苗，以及單基因遺傳疾病體細胞基因療法與細胞療法；基因治療研究，包括基因傳送科技和治療有關的疾病生理與病理學。
- (6) 大量運用生物資訊於功能基因體學、比較基因體學，以及藥物研發與新藥開發。

從以上數個生物技術產業的重點產業發展現況可知，目前我國在生物技術產業上，仍屬於起步階段，國內除了經費投資外，也需賴政府建立制度健全的法規，提供有利之產業發展環境和各種優惠措施。業界與學術領域的建教合作，以加速培育生物科技產業人才，並結合海外之高級專業人力資源，引進國外生物技術產品，建立創育中心、生物技術專區，提供量產設施。對我國生物技術產業之未來發展，才具備競爭力。

第六章 嘉義市特色產業整體規劃篩選評估

本計畫依據計畫之工作內容，在此階段將完成特色產業基礎資料蒐集與分析，除了透過與嘉義市各產業界代表、關心地方發展之人士舉辦三場綜合座談會以聽取在地精英之建議，亦藉由蒐集相關產、官、學、醫等各界專家的意見，利用分析層級程序法(AHP)來協助篩選最適的特色產業。本章首先歸納三場綜合座談會中各界人士針對特色產業規劃相關議題所給予本計畫之寶貴意見；其次整理AHP問卷統計分析之結果；最後，歸納具共識之相關建議與篩選結果並提出初步規劃。

第一節 嘉義市特色產業研究座談會重點整理

本計畫藉由舉辦座談會，邀請嘉義市在地產、官、學、醫各方菁英代表，特別許多在嘉義市深耕之企業與醫療院所代表，以在地人的聲音提供對嘉義市地區未來發展特色產業提出寶貴意見及看法，主要議題包括鄰近縣市之重大發展計畫對嘉義市產生之衝擊與影響、嘉義市現有之資源現況與優劣勢，以及評析數種特色產業未來在嘉義市的發展潛能。

座談會共舉行三場，由於各場與會人士當下討論議題之主軸多有不同，考量到清楚呈現各界人士意見之原貌，因此本計畫以個別座談會場次進行重點整理：

一、第一場座談會之重點整理

本計畫之第一場座談會於民國九十三年五月三十一日下午二時於國立嘉義大學林森校區第四研究室舉行，出席人員與會議記錄如附錄二，本計畫歸納座談會會議重點，以相關議題為分類項目摘要如下：

(一) 嘉義市「特色產業整體發展規劃」之建議

1. 對養生產業方面的建議

(1) 嘉義市具有發展養生產業之優勢與利基，主要仍著眼於嘉義市豐富的醫療資源與居家照顧服務資源。此外，嘉義市與臨近縣市外移人口多，近二十年來嘉義市的總人口增加緩慢，主要因為部份年輕人口外移至其他縣市，造成在嘉義

市與臨近縣市之人口老化問題日益嚴重，就此部份而言，發展照顧服務產業的市場需求很大。因此，嘉義市適合追求在地老化的照顧服務，能吸收嘉義縣及臨近地區的老年人口。

(2) 養生產業範圍相當廣，相關的產業很多，建議在「休閒保健」部份可加入「休閒運動保健」以及「家居生活環境改善」兩項可更為完備。此外，甚至在養生的終點，也就是殯葬禮儀等行業也可以涵蓋進去。在照顧醫療部份不一定要侷限在銀髮族，還可結合預防醫學，將養生擴大至一般民衆及兒童上。甚至能擴大到預防醫學與健康醫院，將養生從銀髮族擴張到一般兒童與婦女等。

(3) 在發展養生產業上建議應考慮軟硬體設施的建設與配合、文化上的衝擊，以及與在地醫療優勢的結合。特別注意「時效性」的問題，因為許多縣市與企業也同樣有相似計畫在發展當中。此外，養生產業所涵蓋的範圍還是太廣，如果未來列入特色產業規劃，應該要再進行細部規劃上範圍的收斂。

2. 對文化創意產業方面的建議

(1) 嘉義市是一個古城，如何結合這部份的優勢加上一些情境的演出，是發展文化創意產業的一項契機。

(2) 文化創意產業的名稱與範圍都過於空泛。較具體而言，建議可以將嘉義市過去一些跳蚤市場的模式落實到文化創意產業的發展當中。

3. 數位內容與生物技術產業

數位軟體與生物技術的利基何在？嘉義市在發展數位內容與生物技術產業上恐怕已無競爭優勢。主要因為此部份許多資源已被中央或地方政府所分配掉；再者嘉義市的腹地與人才資源等可能都不足以吸引企業投資。

(二) 嘉義市「相關資源發展」之建議

1. 觀光資源之建議

(1) 嘉義市在觀光產業部份有許多獨特的優勢。例如：大雅路的獨居茶樓、餐飲文化加上靠近優美的蘭潭，真是很棒的風貌。政府這邊也要注意大雅路違建等問題的管制。建議嘉義市可以結合其它產業成為一系列的配套活動，例如觀光客到嘉義市後可搭乘觀光公車到大雅路買花(可在大雅路重生蘭花中心、到蘭潭

遊憩、再到民國路去吃道地美食...等一系列活動結合便能顯現嘉義市的特色。

(2) 嘉義市具有豐富多元的飲食文化，建議嘉義市可以往「食」方面來發展特色產業，例如：將民國路造街，把該地原本許多的北方麵食及其它特色小吃加以規劃，透過造街也可以形成一種具有特色之產業。

2. 其它相關資源之建議

嘉義市的資源其實還包括農試所與中油的人事訓練所，另外還有嘉義大學農學院的蘭花研究中心、中草藥與食品中心等資源，這些都是嘉義市的知識寶藏，在發展特色產業的人力資源上是一大助益。

(三) 嘉義市「市政建設與後續發展」之建議

1. 市政府只要用心，很多市政的建設與改善相對於要發展一個策略性的特色產業而言是比較容易的。例如：舊市政府可以蓋成博物館。在很多市政建設上的用心與改善其實就能帶給觀光客良好的印象。此外，許多公共設施與其它建設也應有所改善與加強，使嘉義市成為一個適合人居住的城市。例如：衛生下水道設施，這部份嘉義市還沒有做的很完善。建議在考慮發展嘉義市的特色產業時，也應該要考慮到嘉義市都市整體的發展。

2. 在發展特色產業上，建議市政府考慮策略性產業對企業能否提供充份的誘因。像過去台商在大陸投資一樣，包括低息、低利、低稅...等獎勵措施。另外法規研擬與獎勵方案上是否能給予正面的幫助，一旦沒有足夠的誘因，在發展產業上資金將是一個很大的問題。

(四) 其他建議

1. 對嘉義市特色產業整體發展規劃之建議

(1) 在篩選特色產業過程中需思考嘉義市是否具有產業發展該產業的條件，包括資金、市場與人才等。資金與法規配合修改及鬆綁有關；市場包括週邊產業或消費人口、消費水準等都要能配合；而人才資源的取得與教育有關，建議規劃時要考慮到嘉義週邊的大學可提供哪些的人才培育資源。

(2) 嘉義市的幅員小，要發展這種都會區的特色產業一定要有所聚焦。建議若選定某一產業就應全力去發展，不只是短期規劃，並且要能深耕下去，否則在

發展上難以持之以恆。而若沒有深耕很容易就被別人模仿或取代掉。

(3) 未來的消費時代有三項趨勢非常重要，包括：高價格的消費設施、高質感的軟體服務以及美好的情境演出。在考慮發展特色產業時應該將以上這些元素給融入進去。因此在發展特色產業上，如何將這些元素包裝與行銷讓消費者認識是一個關鍵。

(4) 如何將篩選出來的產業在其較大的範圍內進行「產業化」也是一個值得思考的地方，很多規劃的很好，但是對產業經濟的附加價值不大，因為產業化的過程並不容易。

二、第二場座談會之重點整理

本計畫之第二場座談會於民國九十三年六月二日下午二時於國立嘉義大學林森校區第一會議室舉行，出席人員與會議記錄如附錄二，本計畫歸納座談會會議重點，以相關議題為分類項目摘要如下：

(一) 嘉義市「特色產業整體發展規劃」之建議

1. 在文化創意產業方面的建議

(1) 文化創意產業的未來發展空間很大，是以有限資源創造無限可能的產值。在提升原有的藝術文化方面，例如，推廣交趾陶藝品和結合嘉義市文化的特色，將文化創意轉化成文化產業，讓藝術商品化；讓生活藝術化，產生商機。

(2) 在嘉義市既有的資源發展方面，大雅路地區便是值得將文化創意導入的區域，因現有的發展現況是較精緻的餐飲業者叢聚，如能透過市政府的召集和協調及產官學界的合作，全面性的提升知名度，將能具有非常好的競爭力，有機會發展成嘉義市及雲嘉地區首屈一指的都會觀光帶。在高鐵即將開通之後，嘉義市若能將文化創意與觀光結合將能造成另一股商機與發展。

2. 在養生產業方面的建議

(1) 建議以大雅路以上的山區，因具有地理景觀的優勢，適宜發展養生園區。同時，必須針對目標群眾進行適合的資訊傳遞、流通與宣傳，才能產生商機與達到預期的效果。養生產業的發展若能結合「城市定位」的角度，結合銀髮族和健康產業的概念和形象來提升聚焦城市形象。

(2) 在養生產業中的養生食療的部份，已有業者進行發展，並與嘉義大學產學合作，在產品品質、生產能力和技術上已具有一定水準與實力。因此，在產學合作方面，若能妥善利用嘉義市既有學術資源以輔導業者轉型與發展，未來產業發展將更具有競爭力。

(二) 嘉義市「相關資源發展」之建議

1. 觀光資源方面建議

(1) 由於嘉義市幅員較小，應把觀光產業的格局放大，和其他縣市進行合作。嘉義市應思考如何結合鄰近縣市的觀光資源和旅遊重點，形成觀光共榮圈，使觀光客不僅到一地旅遊，能因經過設計的行程規劃，吸引更多國內外的觀光遊客，也符合政府正推動的觀光客倍增計畫。嘉義市應整合資源，結合文化創意的構思，例如：文化路夜市、大雅路商圈的重新包裝和未來發展特色，發展屬於具有嘉義市特色的旅遊重點，並發展精緻化的平價旅館，以提供到西部觀光旅客舒適的遊憩與住宿，進而形成一主軸明顯的主題觀光之旅。

(2) 目前嘉義市缺乏青少年(25歲以下)的商圈及遊樂場所，也使得既有的青少年人口在假日時外流到鄰近縣市都會區(如：台南市)消費和遊玩。因此，發展此年齡層消費族群的遊樂場所和旅遊觀光地點，不僅能提供就業內需，也能使得嘉義市的青少年更能認同嘉義市的文化與特色。

2. 在傳統產業方面的建議

(1) 在傳統產業上，製造業仍是能帶動就業機會與產值，目前嘉義市無工業區，只有兩個工業用地，一直處於半開發的狀態。其中「後湖」離南二高只有12分鐘，在新興計畫中建議能納入考慮。

(2) 「嘉義市漁市場」是全國著名的消費型漁市場，具有發展的潛力與特色，除了有各式淡、海水魚獲之外，24小時營業、且導入電腦拍賣系統，並和嘉義大學相關系所做進一步產學合作而提升競爭力。未來希望繼續規劃發展成「活魚窟」，將觀賞魚和食用魚結合、並將電腦拍賣系統發展成讓觀光參與競價以吸引人潮、帶動餐飲業者，未來將提升漁業與觀光產業的結合發展。

(3) 建議將傳統農業轉型提升為「民生生物科技產業」，結合嘉義大學相關

系所的技術與品質控制。例如：嘉義市原有是「夜來香」的大宗產地，能提煉出特有的香料、香水、化妝品，加上設計與行銷將能大幅提升原有的產值。另外，阿里山的茶葉，能發展出茶文化的藝術與健康的結合。不僅只是保留既有的文化，更應提升發揮其價值。

(三) 嘉義市「市政建設與後續發展」之建議

對嘉義市政建設方面的建議

- 1.建議嘉義市在城市的文化包裝和行銷上應更為重視，以軟硬體改善以提升文化形象和水準，城市的發展更需要議題的創造，建議需重視社區形象的營造並提升市民的水準，未來若需要發展養生產業或文化創意產業都需要做整體的結合，才能有發展的空間。
- 2.嘉義市區重點發展在以往較側重在嘉義火車站與嘉義公園之間。在嘉義市西區的部份是發展是較遲緩，若能將西區也納入未來發展地區，不僅是將嘉義市腹地的利用更為平衡，也能格局擴大。

(四) 其他建議

對嘉義市特色產業整體發展規劃的建議

對「嘉義市特色產業整體發展規劃」的建議是篩選的機制應加入國際發展思維，未來若兩岸三通後，嘉義市能否具有和大陸城市競爭的能力，同時是否能將危機化為轉機，以吸引大陸觀光人潮來此消費。

三、第三場座談會之重點整理

本計畫之第三場座談會於民國九十三年六月三日下午二時於國立嘉義大學林森校區第一會議室舉行，出席人員與會議記錄如附錄二，本計畫歸納座談會會議重點，以相關議題為分類項目摘要如下：

(一) 嘉義市「特色產業整體發展規劃」之建議

1. 發展養生產業之建議

(1) 過去傳統的養生村或養生住宅漸漸無法吸引住老年人的目光，必需要以產業的型態來經營，也就是不再只有單一的產品或服務可以滿足，而是能夠提供

多元化相關產品和服務，並且透過和其它縣市的合作，彼此串連起將會更具競爭力。

(2) 談到縣市間的合作，由於嘉義市本身地理條件有限，在土地面積不大的情況下，很難有大型的製造工廠。因此嘉義市可以考慮微笑曲線的二端發展，也就是做上游的研發以及下游的行銷通路。在上游部份，嘉義大學擁有很優秀的中草藥研究單位以及花卉種植技術；在下游部份，嘉義大學也有管理學院可以提供相關行銷通路人才。透過人才的培育，嘉義市可以搶下養生產業中具有附加價值的二端，需要土地、勞力密集的生產業則交與鄰近縣市發展。最後，透過區域合作，能夠共創雙贏的局面。

(3) 由於嘉義市服務業佔 75% 以上，因此可以發展成消費型養生產業，並且與相關產業做結合，以發揮綜效的功能。舉例來說，養生產業可以和觀光產業做結合，設計一套養生之旅，內容包含養生餐、健康療程與觀光巡禮等，進而能夠擴大整個需求市場。

(4) 在養生產業未來的發展上，可以做到「在地本土老化社區」，讓嘉義市民願意居住在市內，直到最終歸根於本土，除此之外還可以吸引鄰近縣市老年人口過來居住，以擴大整體內需市場。

2. 發展文化創意產業之建議

嘉義市建城三百年來，文化一直是嘉義市一個特有的資產。而文化創意產業最重要的就是要能夠將地方特色展現出來，但什麼才是嘉義市最具特色的文物呢？答案非屬木材和鐵路不可。嘉義市早期從阿里山上運下山中的神木，之後透過適當的加工後再轉運出去，如今嘉義市雖然已無法再成為加工生產地，但原始流傳下來的知識與技術，卻深植於大家的心中，相信透過一些創意的加值，會有不錯的產業發展機會。

3. 發展數位內容產業與生物技術產業之建議

(1) 就此二個產業而言，由於中央資源已分配差不多了，嘉義市起步時機太晚下，要再從中央調配出資源可能有限，所以以目前嘉義市的條件下，若是要單純發展數位內容產業以及生物技術產業實恐不易。

(2) 但有與會專家談到，僅是單純發展此二個產業確實不易，但若是將數位內容結合文化創意題材，以及生物技術結合相關養生範疇，或許就會有不一樣的結果。

(二) 嘉義市「相關資源發展」之建議

1. 嘉義市東隆五金的製鎖能力在全球中一直具有一定之競爭力，但這樣的製鎖產業卻未在嘉義市形成聚集。若是嘉義市可以以此為基礎，將嘉義市建造成一「鎖的王國」，其中包含鎖的迷宮、製鎖知識等等，引進觀光休閒的概念，相信嘉義市一定有很好的發展。

2. 嘉義市是石猴的發源地，但這樣的能力卻常不足外人道，若是嘉義市能以石雕做為產業發展之根源，或許能有另一番作為。

(三) 嘉義市「市政建設與後續發展」之建議

1. 目前嘉義市特色產業發展仍屬於規劃階段，不論最終規劃出是何產業，未來是否能夠成功更重要在於是否能夠落實執行，我們對市政府有很深刻的盼望，希望能夠真正落實到最後。

2. 市政府一直給人一種神秘的感覺，少與民間團體互動，因此常常不清楚地方需求為何，若是能有多點互動機會，對於未來市政發展方向會有不錯之助力。

3. 過去嘉義市曾有「花都」之稱，但後來因疏於照顧而逐漸喪失此美名。部份與會專家提及一個都市的市容將有助於當地投資狀況，因此，若是能將市容做美化，建構一個優質的生活環境，相信對於特色產業發展也有相當之助力。

(四) 其他建議

1. 書面報告中曾提及嘉義縣的太保與朴子將逐漸形成所謂的太子市，而太子市的形成將會使得嘉義市人口逐漸外移，造成嘉義市被邊陲化，但有部份與會專家認為一個都市要形成至少要三至五年的時間，而且在形成過程中有太多無法掌控之因素，因此大多數的人對於太保市之衝擊都不抱持樂觀之態度。

2. 常常在講特色產業之發展，但在發展之前，「公民意識的建立」卻是非常重要的。至於該如何建立呢？最重要的就是要建立起市民參與機制，讓市民多參與活動，自然能夠幫助建構公民意識。

第二節 嘉義市特色產業之篩選調查—AHP 分析

一、研究架構

根據美國哈佛大學教授麥可·波特 (Michael Porter) 所發展出的「鑽石模型」指出，一個國家或地區的產業，能否發展成具有全球競爭優勢的要件，包括下列六項構面：「要素稟賦」、「需求條件」、「企業的策略、結構和競爭對手」、「相關及週邊支援的產業」、「政府的政策支持」、「機會」。例如，荷蘭的花卉產業以及義大利的成衣產業，都是因為這些國家或地區具有發展該產業成為全球競爭優勢的條件。

本計畫為篩選出具有獨特性、自主性、具地方魅力且高附加價值的特色產業，供嘉義市政府發展產業政策之參考，在理論基礎上係依據波特的「鑽石模型」歸納出六項評估準則，分別為：「**要素稟賦**」(意指為發展某產業所需的天然或人文之資源或能力)、「**需求條件**」(意指對某產業所衍生的需求潛量及未來成長)、「**企業的策略、結構和競爭對手**」(意指某產業的相關廠商之經營策略及競爭狀況)、「**相關及週邊支援的產業**」(意指為發展某產業所需的上下游及週邊產業之支援狀況)、「**政府的政策支持**」(意指中央政府或地方政府為發展某產業之政策支持與承諾)、「**機會**」(意指某產業未來的發展商機)。

在研究方法上將利用 Saaty 所發展的「**分析層級程序法**」(AHP)。AHP 可將欲研究之複雜系統，分離成簡明的要素層級系統，透過專家一對一的個別評斷，利用矩陣演算，求得各層級因素的優先度，再予以綜合而成。為了分析以上六大評估準則對各個可能發展成為嘉義市特色產業之相對重要性，以計算出之各產業的優先開發次序，本計畫所建立的分析層級如圖 6-1 所示：

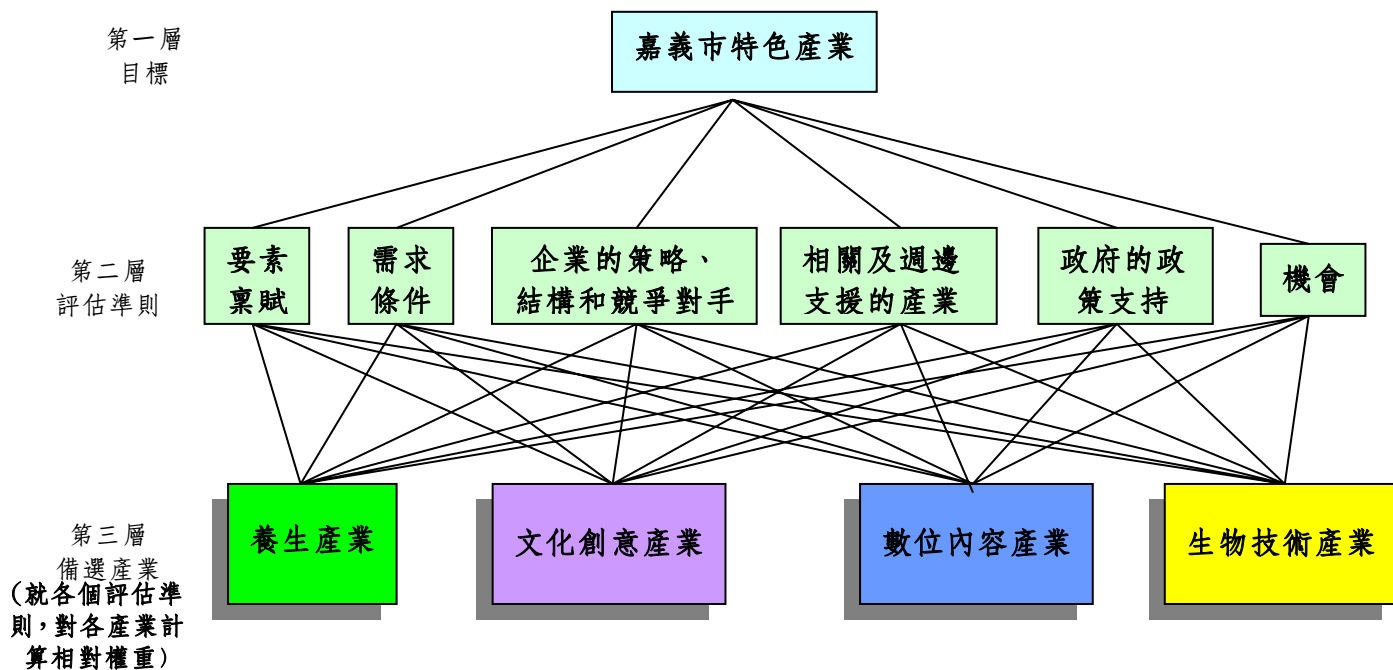


圖 6-1：嘉義市特色產業篩選—AHP 分析層級

二、AHP 方法說明

AHP 問卷採用名目尺度 (nominal scale)，作簡明兩兩比較評估，此名目尺度的劃分有五：

- (1) 等強 (equal strong)：依據某一評比基準，成偶比對 (Pairwise Comparison) 之兩要素，重要程度相等。
- (2) 稍強 (weak strong)：依據某一評比基準，評比者以經驗判斷，認定成偶比對的要素之一較重要。
- (3) 頗強 (strong)：依據某一評比基準，評比者以經驗判斷，很肯定成偶比對的要素之一較重要。
- (4) 極強 (very strong)：依據某一評比基準，評比者可以舉出實例或證據，認定成偶比對的要素之一較重要。

(5)絕強 (absolute strong)：依據某一評比基準，評比者有足夠證據肯定成偶比對的要素之一較重要。

再加上介於每兩者間的強度，總共可區分為九等級，分別給予評點比重從到 1 到 9。

三、AHP 分析結果

(一)、問卷回收結果

本計畫為蒐集地方意見領袖對嘉義市發展特色產業之看法，特舉辦三場座談會，與會貴賓涵蓋產、官、學、研各界菁英，共計 46 人，如表 6-1~表 6-3 所示。座談會結束後，由與會貴賓填寫 AHP 問卷，以蒐集大家之意見。本研究之有效問卷不論就數量或樣本性質都甚具代表性。

表 6-1：「嘉義市特色產業整體發展規劃研究」座談會第一場與會貴賓名單

編號	姓名	現任職務
1	饒嘉博	嘉義市建設局長
2	郭良圭	倉佑實業(股)公司 副總經理
3	朱亞太(請假)	嘉義市社區營造協會 理事長
4	蕭坤松	振鍵產業(股)公司 總經理
5	林信男(請假)	辰曜科技(股)公司 副董事長/群華集團 副總裁
6	林慈恩	聖馬爾定醫院 護理部主任
7	沈再木	國立嘉義大學農學院 院長
8	嚴美容	喜鉞食品有限公司 董事長
9	廖鳳彬	主人廣播電台股份有限公司 總經理
10	簡麗環	高欣建設股份有限公司 董事長
11	高文津	高杰建設股份有限公司 董事長
12	蔡爾健	南陽化學工業股份有限公司 總經理
13	陳芳斌(請假)	北回化學股份有限公司 董事長

14	陳鏡堯	愛之味 副總經理
15	李淑娟	鴻鈺股份有限公司 財務經理
16	朱俊佳	嘉義市政府企劃室 課員

表 6-2：「嘉義市特色產業整體發展規劃研究」座談會第二場與會貴賓名單

編號	姓名	現任職務
1	蔡文旭(請假)	蔡同榮立法委員服務處主任
2	陳國華	嘉義市商業會 理事長
3	范金俊(王組長代理)	嘉義市總工會 理事長
4	黃功明	嘉義市榮譽指導員協進會 會長
5	余雅文	天恩食品有限公司 總經理特助
6	江中琇	百家珍釀造食品(股)公司 協理
7	傅素絹	中國廣播公司嘉義台 台長
8	辜勉譯	嘉義信合美聯合診所 院長
9	沈長進	先傑電腦公司 總經理
10	楊玲玲	國立嘉義大學生命科學院 院長
11	王永華(請假)	興農工業股份有限公司 經理
12	丁清勝	一致營造有限公司 負責人
13	黃振男	男榮塑膠企業(股)公司
14	徐文志	台灣省建築師公會 理事長
15	高麗琴	高鑫漢衛浴公司 經理
16	游國謙	劍湖山世界 副董事長
17	林青萍	嘉義市企劃室 副主任
18	朱俊佳	嘉義市政府企劃室 課員

表 6-3：「嘉義市特色產業整體發展規劃研究」座談會第三場與會貴賓名單

編號	姓名	現任職務
1	黃敏惠	立法委員
2	李俊佺	嘉義市副市長
3	賴萬鎮(請假)	嘉義市文化局長
4	徐永燦	嘉義市企劃室主任
5	馮永猷	嘉義市財政局 局長
6	陳昭五	嘉義市創投會 會長
7	蔡宗佑	嘉義市醫師公會 理事長
8	王廣禮	嘉義市工業會 企研會 會長
9	簡詩宏	東隆五金工業(股)公司 副總經理
10	張志毓(請假)	耐斯企業(股)公司 總廠長
11	陳志昕	福隆玻璃纖維(股)公司 總經理
12	楊茂庭	福安醫院 院長
13	洪金綉	嘉義基督教醫院 護理部主任
14	陳弘毅(請假)	宏都建設(股)公司 董事長
15	王榮可	嘉聯實業股份有限公司
16	曾清井	中國石油公司訓練所 副主任
17	曾永修	一之鄉巧愛蛋糕坊 總經理
18	朱俊佳	嘉義市政府企劃室 課員
19	劉慧珠	東隆五金工業(股)公司 管理部經理

(二)、統計分析結果

1. 就「要素稟賦」評估準則而言：

根據 AHP 之運算步驟，計算出各備選產業之相對權重如表 6-4。發現專家們認為若嘉義市要發展特色產業，就「要素稟賦」(意指為發展某產業所需的天然或人文之資源或能力)而言，各產業類別適合嘉義市發展之優先次序，最重要者為「養生產業」、其次為「文化創意產業」、再其次

為「生物技術產業」、最後是「數位內容產業」。

表 6-4：就「要素稟賦」各產業類別之優先順序

備選產業	相對權重	優先順序
養生產業	0.411	1
文化創意產業	0.356	2
生物技術產業	0.183	3
數位內容產業	0.050	4

為了驗證本研究採用的 AHP 所獲得的意見是否可用，再根據 Saaty 之建議，以一致性指標 (consistence index, 簡寫為 CI) 及一致性比率 (consistence ratio, 簡寫為 CR) 來測試。一致性指標意指當配對矩陣之元素發生微量變動，會使最大特徵值亦隨之微量變動，因此最大特徵值 (λ_{max}) 與階數 (N) 兩者之差異程度，可作為判斷一致性高低的評量準則。令 $CI = (\lambda_{max} - N) / (N - 1)$ ，當 $CI \leq 0.1$ 時，一致性視為滿意。而一致性比率之算法如下： $CR = CI / RI$ ，所謂 RI 是隨機指標，由隨機產生的正倒值矩陣而來；RI 值隨著矩陣階數之增加而增加，Saaty (1980, p21) 列出階數 (N) 與其相對之隨機指標 RI。Saaty 建議若 $CR \leq 0.1$ ，則一致性達到可接受水準。

根據上面描述，本研究求得之一致性指標為 0.065，而一致性比率為 0.058；因此，本研究根據 AHP 所求得的相對權重可以說具有一致性，代表 51 位專家所呈現的意見相當一致。表 6-5 是最大特徵值、一致性指標、及一致性比率之分析結果。

表 6-5：AHP 分析之檢定結果—要素稟賦

最大特徵值	一致性指標(CI)	一致性比率(CR)	綜合評價
5.259	0.065	0.058	意見一致/可接受

2. 就「需求條件」評估準則而言：

根據 AHP 之運算步驟，計算出各備選產業之相對權重如表 6-6，檢定結果如表 6-7。發現專家們認為若嘉義市要發展特色產業，就「需求條件」(意指對某產業所衍生的需求潛量及未來成長)而言，各產業類別適合嘉義市發展之優先次序，最重要者為「養生產業」、其次為「文化創意產業」、再其次為「生物技術產業」、最後是「數位內容產業」，但專家們的意見較為分歧。

表 6-6：就「需求條件」各產業類別之優先順序

備選產業	相對權重	優先順序
養生產業	0.353	1
文化創意產業	0.331	2
生物技術產業	0.191	3
數位內容產業	0.125	4

表 6-7：AHP 分析之檢定結果—需求條件

最大特徵值	一致性指標(CI)	一致性比率(CR)	綜合評價
5.619	0.155	0.138	意見較分歧

3. 就「企業的策略、結構和競爭對手」評估準則而言：

根據 AHP 之運算步驟，計算出各備選產業之相對權重如表 6-8，檢定結果如表 6-9。發現專家們認為若嘉義市要發展特色產業，就「企業的策略、結構和競爭對手」(意指某產業的相關廠商之經營策略及競爭狀況)而言，各產業類別適合嘉義市發展之優先次序，最重要者為「文化創意產業」、其次為「養生產業」、再其次為「生物技術產業」、最後是「數位內容產業」，且專家們的意見也蠻一致的。

表 6-8：就「企業的策略、結構和競爭對手」各產業類別之優先順序

備選產業	相對權重	優先順序
文化創意產業	0.388	1
養生產業	0.341	2
生物技術產業	0.178	3
數位內容產業	0.093	4

表 6-9：AHP 分析之檢定結果—企業的策略、結構和競爭對手

最大特徵值	一致性指標(CI)	一致性比率(CR)	綜合評價
5.432	0.108	0.096	勉強可接受

4. 就「相關及週邊支援的產業」評估準則而言：

根據 AHP 之運算步驟，計算出各備選產業之相對權重，檢定結果如表 6-10。發現專家們認為若嘉義市要發展特色產業，就「相關及週邊支援的產業」(意指為發展某產業所需的上下游及週邊產業之支援狀況)而言，各產業類別適合嘉義市發展之優先次序，最重要者為「養生產業」、其次為「文化創意產業」、再其次為「生物技術產業」、最後是「數位內容產業」，且專家們的意見相當一致的。

表 6-10：就「相關及週邊支援的產業」各產業類別之優先順序

備選產業	相對權重	優先順序
養生產業	0.422	1
文化創意產業	0.341	2
生物技術產業	0.182	3
數位內容產業	0.055	4

表 6-11：AHP 分析之檢定結果—相關及週邊支援的產業

最大特徵值	一致性指標(CI)	一致性比率(CR)	綜合評價
4.135	0.045	0.050	意見一致/可接受

5. 就「政府的政策支持」評估準則而言：

根據 AHP 之運算步驟，計算出各備選產業之相對權重如表 6-12，檢定結果如表 6-13。發現專家們認為若嘉義市要發展特色產業，就「政府的政策支持」(意指中央政府或地方政府為發展某產業之政策支持與承諾)而言，各產業類別適合嘉義市發展之優先次序，最重要者為「生物技術產業」、其次為「文化創意產業」、再其次為「養生產業」、最後是「數位內容產業」，但彼此之差距並不明顯，主要是以上四個備選產業是當前中央上位政策所重點支持的產業發展方向，且專家們的意見也相當一致。

表 6-12：就「政府的政策支持」各產業類別之優先順序

備選產業	相對權重	優先順序
生物技術產業	0.288	1
文化創意產業	0.267	2
養生產業	0.243	3
數位內容產業	0.202	4

表 6-13：AHP 分析之檢定結果—政府的政策支持

最大特徵值	一致性指標(CI)	一致性比率(CR)	綜合評價
3.020	0.010	0.017	意見一致/可接受

6. 就「機會」評估準則而言：

根據 AHP 之運算步驟，計算出各備選產業之相對權重如表 6-14，檢定結果如表 6-15。發現專家們認為若嘉義市要發展特色產業，就「機會」(意指某產業未來的發展商機)而言，各產業類別適合嘉義市發展之優先次序，最重要者為「養生產業」、其次為「生物技術產業」、再其次為「文化創意產業」、最後是「數位內容產業」，但彼此之差距並不明顯，主要是以上四個備選產業劇是當前中央上位政策所重點支持的產業發展方向，且專家們的意見也相當一致。

表 6-14：就「機會」各產業類別之優先順序

備選產業	相對權重	優先順序
養生產業	0.315	1
生物技術產業	0.265	2
文化創意產業	0.253	3
數位內容產業	0.167	4

表 6-15：AHP 分析之檢定結果—機會

最大特徵值	一致性指標(CI)	一致性比率(CR)	綜合評價
4.113	0.038	0.042	意見一致/可接受

第三節 嘉義市特色產業之篩選結果

本節將說明特色產業之初步篩選結果，分別將三場座談會與會各界人士對嘉義市發展特色產業之看法與建議簡單整理出共識，其次說明 AHP 問卷分析結果，最後將兩部份相互對照說明本計畫初步篩選之結論。

一、嘉義市特色產業整體發展規劃研究座談會結論

綜合三場座談會，共邀請近五十位嘉義市產、官、學、醫各界代表參與座談

討論。經過各方意見交流與不吝給予本計畫具體建議，初步整理出座談會之共識如下所述：

(一) 嘉義市特色產業整體發展規劃之建議

在特色產業之整體發展規劃之建議部份，與會者普遍認同嘉義市具有發展養生產業與文化創意產業之資源與優勢。相反地，在數位內容與生物技術方面，除生物技術中與農業相關部份嘉義市尚具資源外，兩產業較不受與會人士肯定青睞。

在養生產業部份，與會者普遍認為無論就嘉義市現有醫療與照顧服務資源之豐富、或嘉義市及臨近地區老年人口在地老化需求有日漸增加之趨勢，以及嘉義市以服務業為主的產業型態而言，都非常適合發展養生相關產業。與會者並關注養生產業發展的時效性以及相關配套法令措施是否能即時鬆綁。

在文化創意產業部份，與會者主張嘉義市是具歷史之諸羅古城，過去即有非常豐富之藝文活動與相關藝術人才輩出，特別嘉義市之交趾陶、木材與其他觀光資源相結合所能發展之空間仍非常多。

至於數位內容與生物技術產業部份，雖然政府上位計畫大力鼎助，然而一來資源已被其它縣市搶得先機，二來嘉義市在人力、土地、資金、及上下游相關產業發展各方面資源亦較不足以爭取發展此兩類特色產業。

(二) 嘉義市相關資源發展之建議

除了本計畫整理所提出之四項備選之特色產業外，與會者普遍肯定嘉義市具有獨特之觀光資源，特別不論在發展養生或文化創意產業上，都應思考如何利用與結合嘉義市「小而美，小而精」的在地觀光特色。其中多數提及大雅路商圈、蘭潭至嘉義公園一帶為適合嘉義市未來發展特色產業上能多加以利用與開發之地段。此外，嘉義市相關可發展之產業與資源還包括：傳統製造(五金)業、漁市場、傳統農業轉型為「民生生物科技產業」、嘉義大學農學院之各項研究中心、以及嘉義市之石猴…等。因此，嘉義市並非發展某項特色產業而忽略其他資源，相反地，在發展特色產業過程中應多加思考如何能與這些相關資源加以互補，達成綜效。

(三) 嘉義市市政建設及後續發展之建議

本次座談會中各界與會人士無不語重心長，為嘉義市未來之發展願景發聲。此外，對於嘉義市政府之市政建設亦抱持極高之期許，除了未來可能發展之特色產業外，與會者普遍認同特色產業發展需與市政建設同步，亦即嘉義市整體社區營造、公共設施、軟硬體…等之建設與改善，以至城市形象上的包裝與行銷，其實與發展特色產業同等重要。

此外，與會人士也關注後續特色產業在規劃完成後的發展與落實情況，當中市政府是否能大刀闊斧給予各方面協助亦被與會者視為是嘉義市能否脫胎換骨之關鍵。

二、AHP 問卷調查分析結論

綜合第二節中 AHP 問卷之分析結果，養生產業在六個評估準則當中，佔有四個首選產業、一個備選產業，將養生產業列為首要備選產業的四個評估準則為：要素稟賦、需求條件、相關及週邊支援的產業，以及機會。如下表 6-16 所示。由此可知，與會人士普遍認為嘉義市不僅有發展養生產業的先天條件，該產業對嘉義市而言，更具備未來發展的潛能，這可能與嘉義市的產業特性有關，因為嘉義市長久以來著重在第三級產業，而養生產業有絕大部分屬於服務業，因此不論是先天條件或者相關產業的配合，嘉義市已經具有發展該產業良好的基礎。此外，嘉義市市民擁有全國密度最高的醫師人數，相信這也是發展養生產業不可獲缺的一環，因此提供發展養生產業的相當優渥的先決條件。

至於文化創意產業在六個評估準則當中，有一個準則獲選為首要備選產業、四個準則獲選為次要備選產業，此一首要備選產業的評估準則為企業的策略、結構和競爭對手，而次要備選產業的評估準則為：要素秉賦、需求條件、相關及週邊支援的產業以及政府的政策支持。歸納部分原因應與養生產業類似，在政府大力提倡休閒文化的政策下，文化創意產業於是乎獲得青睞，但是因為各縣市近來發展方向都著重觀光、休閒等，長期來看，如果不具特色的文化創意產業，則難以具備優勢的競爭力，所以在機會這個評估準則中，文化創意產業並未入選前兩名。反觀養生產業，雖然國人都知道養生的重要性，卻鮮少有縣市政府積極推動這方面產業，因此，嘉義市政府若能夠提早進入該產業市場，便可獲取發展該產業的先佔優勢。

由下表可獲知，政府政策的支持對於產業發展具有舉足輕重的影響力，然而，就未來的發展商機而言，卻又不見得與政府提倡之產業策略相符，以養生產業為例，雖然不是中央大力提倡的產業主軸，卻是擁有龐大的潛在商機，至於生物技術產業，如同大眾所認知一般，不論是政府的政策支持與未來發展商機都是相互呼應。

表 6-16：不同評估準則之首要備選產業與次要備選產業

評估準則	首要備選產業	次要備選產業
要素稟賦	養生產業	文化創意產業
需求條件	養生產業	文化創意產業
企業的策略、結構和競爭對手	文化創意產業	養生產業
相關及週邊支援的產業	養生產業	文化創意產業
政府的政策支持	生物技術產業	文化創意產業
機會	養生產業	生物技術產業

與會者普遍認為養生產業與文化創意產業為嘉義市較適合發展的特色產業，在發展嘉義市特色產業之際，也不必然只能單獨選取養生產業而排除文化創意產業，或者只發展文化創意產業。若能夠以創新的思維出發，考量這兩種產業的共同點與互補性，找尋產業交集之處，定能規劃出兼具文化創意的養生產業，關於這方面的產業規劃還需進一步的探討分析。

三、總結—篩選之結果

本計畫在特色產業整體發展規劃之第二階段，以座談會方式聽取各界專業人士之意見，並利用分析層級程序法(AHP)蒐集各界專家之量化參考指標，綜合以上座談會之建議與 AHP 問卷之分析結果來進行特色產業之篩選。

綜合以上所述，不論就座談會各界與會人士主觀意見所歸納之普遍共識與建議，亦或經由客觀嚴謹之量化統計分析結果，嘉義市當前最適合發展之特色產業應為「養生產業」。此外，基於既有豐富之文化資源，嘉義市在文化創意產業上亦有發展空間。至於數位內容與生物技術產業部份，即使想要發展也應僅只於聚焦於某區隔之利基市場，例如：農業轉型為民生生物科技之應用。若要全方位發

展出具願景之特色產業恐較不具優勢。

本計畫據此，初步規劃嘉義市特色產業之雛型，應以養生產業為主，適度地連結在地優勢之文化與觀光產業資源，擇一地區以養生園區型態呈現產業主體，配合造街與市容改進塑造一條高質感之養生與文化街，結合嘉義市大雅路、蘭潭至嘉義公園一帶優美風光，形成一連串帶狀發展。此外，嘉義市政府應逐步改善相關公共設施、配合與產業發展相關法令鬆綁及獎勵條例修訂，給予特色產業良好之孵育與成長環境。另一方面，加強在整體城市行銷與特色產業行銷雙管齊下之努力。唯有如此兢兢業業、加倍努力，才能使嘉義市補過去發展之不足，避免在未來臨近各縣市快速發展地方產業的浪潮中邊緣化。進一步，在臨近縣市未來短、中、長期之競爭中站穩腳步，找到足以使嘉義市長久繁榮發展之定位與可持續性競爭優勢。

第七章 嘉義市特色產業規劃內容

一 多功能健康生活園區

本計畫以座談會方式蒐集產、官、學各界專業人士之意見，並利用分析層級程序法(AHP)蒐集各界專家之量化參考指標，綜合以上座談會之建議與 AHP 問卷之分析結果來進行特色產業之篩選。經由結果分析顯示，嘉義市當前最適合發展之特色產業應為「養生產業」。因此，本計畫初步規劃嘉義市特色產業之雛型，應以養生產業為主，適度地連結在地優勢之文化與觀光產業資源，以園區型態呈現產業主體，配合造街與市容改進塑造高質感之養生與文化街，結合在地優美風光，形成一連串帶狀、塊狀發展。本計畫將嘉義市的特色產業定名為「多功能健康生活園區」，由於嘉義市之幅員規模較小，但許多基礎建設完備，在未來產業之發展上具有一定的基礎。因此，在規劃嘉義市特色產業將考量嘉義市本身既有之資源與具前瞻性產業之未來方向結合，創造同具嘉義地方特色與繁榮興盛的產業發展。為了落實養生產業為主軸之特色產業並且予以具體化，特舉辦兩場專家學者座談會，上述五場座談會相關內容詳見附錄二。

嘉義市之「多功能健康生活園區」之規劃目的，是期待能將屬於嘉義市之特色文化和養生健康風潮融合出具有創意與特色的產業型態，不僅提供本地人之消費內需，更形成嘉義市在全台縣市中之獨特定位，吸引更多外地人潮湧入消費和觀光，帶動嘉義市產業發展之蛻變與升級。

「多功能健康生活園區」之「園區」可區分為二項不同概念來看，其一為抽象概念，其二則為具體概念，茲說明如下：

■ 抽象概念

非指單一特定地點或區塊，而是以整個嘉義市區為規劃範圍，以「大嘉義生活區」之概念，充分將嘉義市之特色產業發展融入整體市民之生活環境與市政規劃。其優點為：鼓勵既有民間業者投入，計畫預計成效較快實現；缺點則是（1）區塊發展零散，管理不易，（2）民間業者欲申請租稅減免等獎勵優惠措施，其訂定要求條件之認定困難。

■ 具體概念

與地理區概念相似，指嘉義市內之特定地理區域範圍，其優點為：目標主體明確，行銷推動較為容易；缺點則為：(1) 軟、硬體設施之建設佈置從零開始，預期成效實現時程長，(2) 所需經費龐大，資金與財政投入必須詳加考量。

而「健康」、「生活」的概念更是將目標族群的年齡層擴大，包含老中青三代，無論男女老少都能在嘉義市內從事各樣健康、養生的活動，獲得適當的休閒與保健。

本章即以養生產業中之主體——「多功能健康生活園區」(示意圖如圖 7-1 所示)為標的，分為八大主題進行規劃內容介紹，此八大主題分別為「養生園區」、「養生主題公園」、「民俗療法區」、「健身美容舒活區」、「養生活力美食區」、「地方特色健康物產展售區」、「科技醫療養生區」和「健康步道休閒區」等，並與嘉義市之文化、觀光資產做適度連結，設立「嘉義市特色產業專案推動辦公室」，以期使在整體產業發展上有全方位的考量。

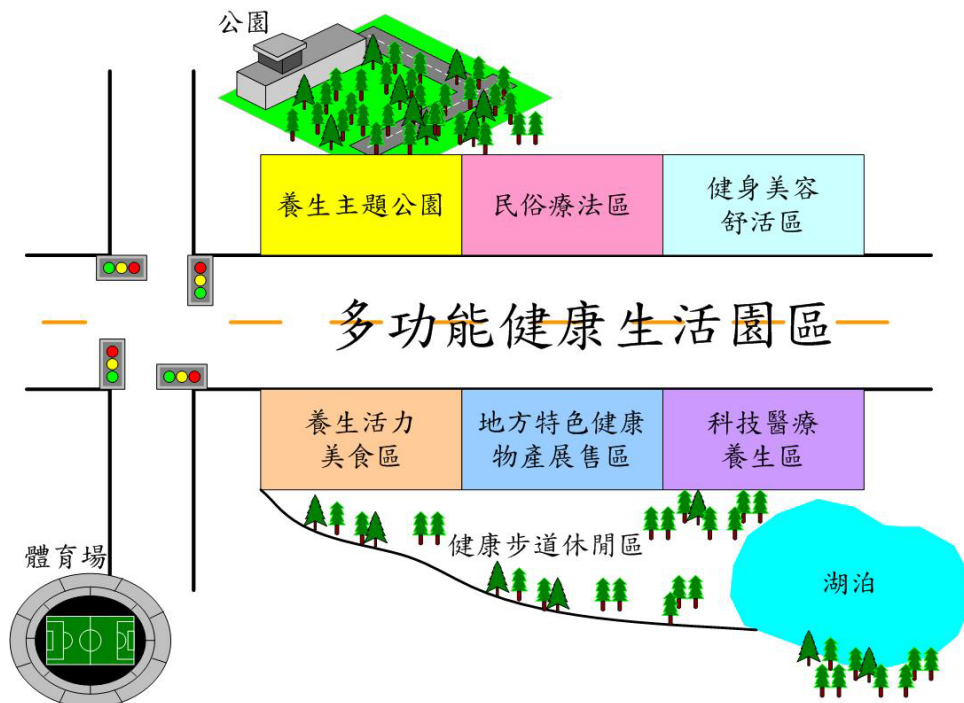


圖 7-1：多功能健康生活園區示意圖

第一節 養生園區

本節主要內容分為三大部分，一為提供嘉義市政府自行開發養生住宅之建議與規劃；二為嘉義市目前老人長期照護之資源整理；三為提供其他民間業者發展養生住宅之現況與競爭態勢。

一、市府自行開發養生住宅

根據人口調查報告顯示，台灣地區於民國 83 年，65 歲以上老人人口佔總人口數之 7.37%，跨過聯合國所定的 7%「高齡化社會」門檻，正式成為一「老化的國家」(ageing state)。民國 92 年底，台灣地區 65 歲以上之老年人口比率為 9.2% (資料來源：內政部戶政司)。

因人口老化問題的日趨嚴重，諸如老人的安養問題、健康照護問題、經濟安全保障等，將愈形重要。且隨高齡化社會來臨，慢性疾病與慢性失能(disablement)問題也跟著盛行，可見我國未來在老人照護的人力需求上相當龐大。

對目前大部分的老人而言，其安養、休閒、健康照護、經濟安全等需求，多依賴家庭提供，且主要提供者為婦女。但隨社會經濟環境的變遷和多數婦女離開家庭結構投入就業市場，及倫理價值逐漸產生重大變革，政府應該積極的介入，或尋求與民間合作的方式，因應未來人口持續老化的問題，提早規劃老人照護人力，並將人力做最有效、最適的配置，而養生住宅的觀念便應運而生，且應該會成為未來社會結構中能提供老人福利的一環，成為社會的趨勢。

(一) 目的

因應台灣人口之老化趨勢，高齡人口逐年增加，對於年長者們的身心照護需求，政府應妥善運用資源，落實老人福利。有鑑於此，籌設一綜合性、持續性、多元化、多層次的「養生園區」，以滿足老人及各年齡層慢性病患在生理、心理及社會三方面的養生照護需求實有其必須之處。



養生園區之規劃目的，是為了滿足老人在安養、健康照護、休閒與再就業上的需求，並提供一綜合性具有醫療、休閒、養生功能之生活空間。透過老人與青少年、兒童、婦女間的互動關係，來滿足老人在生理、心理及社會性的需求。

(二) 主要服務對象

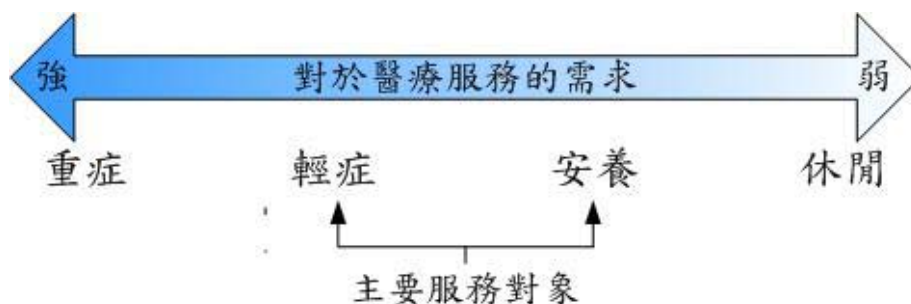


圖 7-2：養生園區之服務對象定位圖

本計畫提出之養生園區主要的服務對象即如上圖所示，取此定位之主要考量原因為重症老人病患應該由專業醫療院所或機構給予適當、專業之治療，而以休閒為主要目的的長者們，應該可以妥善打理自己的生活起居，適宜與家人同住，也可透過接駁專車至養生園區中享受公共設施及為屆齡老人所提供之服務，或是發揮互助精神擔任園區志工，也可報名園區中的各項活動、講座，透過服務與學習來充實晚年生活。因此，養生園區主要服務對象即為 55 歲以上長者，可能患有輕微慢性疾病，或僅能打理簡單起居，不適合單獨居住，亦或家庭中有需要替長輩安排適當之安養服務者，為園區住宅主要提供入住之對象。

(三) 服務對象與其需求分析

隨著時代與社會風氣的演進，人們重視健康與養生的觀念已不再侷限於是僅針對年長者才需要的，但養生住宅的主要服務對象仍以五十五歲以上的長者為主，以求落實老人福利，提供長者們優質的晚年生活。

民國 92 年底，台灣地區六十五歲以上老人人口數計有 2,087,734 人，較 91 年底增加 56,434 人，占總人口 9.24%，較 91 年底增加 0.22 個百分點，已是一個高齡化社會。且隨著醫療技術提升、人類壽命延長、少子化等因素，我國未來老年人口比例將會持續攀升。

本計畫之養生園區主要目標服務對象以嘉義市五十五歲以上人口為第一級目標服務對象，第二級目標服務對象則以鄰近縣市如嘉義縣、雲林縣五十五歲以上人口為主。針對嘉義市、嘉義縣及雲林縣之人口組成詳細年齡級距與性別分佈狀況可參閱表 7-1 至 7-3。

表 7-1：嘉義市人口組成年齡距分佈

年 度 別	性 別	總 計	0~4 歲	5~9 歲	10~14 歲	15~19 歲	20~24 歲	25~29 歲	30~34 歲	35~39 歲	40~44 歲	45~49 歲	50~54 歲	55~59 歲	60~64 歲	65~69 歲	70~74 歲	75~79 歲	80~84 歲	85~89 歲	90~94 歲	95~99 歲	100 歲以 上
89	計	266183	16993	20865	20571	22414	23572	20417	21952	22676	21110	19212	13137	10179	10005	8547	6800	4411	2135	906	236	38	7
	男	133793	8887	10807	10624	11413	12164	10243	10845	11065	10508	9566	6480	4894	4704	4123	3545	2314	1031	376	84	17	3
90	女	132390	8106	9958	9947	11001	11408	10174	11107	11611	10602	9646	6657	5285	5301	4424	3255	2097	1104	530	152	21	4
	計	267993	16281	21156	20792	21060	23445	21239	21547	22937	21405	19449	14905	9848	10203	8474	6995	4602	2374	958	274	42	7
91	男	134621	8577	11022	10809	10731	12095	10669	10575	11236	10630	9789	7258	4738	4808	3983	3575	2439	1178	390	98	17	4
	女	133372	7704	10134	9983	10329	11350	10570	10972	11701	10775	9660	7647	5110	5395	4491	3420	2163	1196	568	176	25	3
92	計	267907	15292	21356	21020	19959	23360	21326	21269	22484	21720	19358	16112	10057	10090	8624	7065	4899	2541	1002	313	51	9
	男	134289	8111	11058	10942	10169	12032	10730	10362	11021	10811	9669	7859	4841	4763	3985	3521	2581	1275	423	113	18	5
93	女	133618	7181	10298	10078	9790	11328	10596	10907	11463	10909	9689	8253	5216	5327	4639	3544	2318	1266	579	200	33	4
	計	269594	14832	20855	21008	19681	22749	22064	20929	22306	22138	19942	16874	10652	10065	8760	7295	5206	2776	1072	328	51	11
94	男	134909	7875	10790	10921	10089	11649	11140	10170	10924	10939	9917	8261	5126	4728	4033	3570	2725	1430	473	124	18	7
	女	134685	6957	10065	10087	9592	11100	10924	10759	11382	11199	10025	8613	5526	5337	4727	3725	2481	1346	599	204	33	4

(單位：人，資料截止日期：民國九十二年年底，資料來源：嘉義市衛生局)

表 7-2：嘉義縣人口組成年齡級距分佈

年 度 別	性 別	總計	0-4 歲	5-9 歲	10~14 歲	15~19 歲	20~24 歲	25~29 歲	30~34 歲	35~39 歲	40~44 歲	45~49 歲	50~54 歲	55~59 歲	60~64 歲	65~69 歲	70~74 歲	75~79 歲	80~84 歲	85~89 歲	90~94 歲	95~99 歲	100 歲以 上
89	計	562,305	30,734	33,852	33,381	42,888	49,560	44,666	45,376	45,916	41,724	37,061	26,893	24,278	27,715	25,859	20,751	12,610	6,509	3,101	817	106	13
	男	296,936	16,017	17,510	17,267	22,118	25,138	23,693	25,964	27,047	23,972	20,548	14,179	12,139	13,707	12,512	10,202	5,975	2,803	1,257	304	34	3
	女	265,369	14,717	16,342	16,114	20,770	24,422	20,973	19,412	18,869	17,752	16,513	12,714	12,139	14,008	13,347	10,549	6,635	3,706	1,844	513	72	10
90	計	563,365	30,902	34,149	33,661	40,430	48,843	45,095	44,227	46,043	42,880	37,416	30,501	22,661	27,607	25,657	21,678	12,973	7,360	3,102	926	109	15
	男	297,069	16,229	17,681	17,499	20,971	24,721	23,696	24,920	26,970	24,668	20,843	16,199	11,397	13,645	12,390	10,560	6,127	3,198	1,251	330	37	4
	女	266,296	14,673	16,468	16,162	19,459	24,122	21,399	19,307	19,073	18,212	16,573	14,302	11,264	13,962	13,267	11,118	6,846	4,162	1,851	596	72	11
91	計	562,394	29,269	34,659	33,340	38,449	48,185	45,480	43,295	44,922	44,105	37,914	32,631	22,296	27,080	25,921	21,928	13,834	7,704	3,272	1,051	153	14
	男	296,380	15,370	17,989	17,298	19,902	24,492	23,699	24,193	26,251	25,348	21,231	17,583	11,289	13,391	12,518	10,580	6,539	3,354	1,286	400	48	3
	女	266,014	13,899	16,670	16,042	18,547	23,693	21,781	19,102	18,671	18,757	16,683	15,048	11,007	13,689	13,403	11,348	7,295	4,350	1,986	651	105	11
92	計	560,410	28,599	33,672	32,963	37,176	46,780	45,842	42,112	44,040	44,943	38,792	34,068	22,842	26,186	25,885	22,536	15,003	7,955	3,415	1,116	175	13
	男	295,343	15,012	17,494	17,151	19,231	23,903	23,790	23,252	25,654	25,925	21,871	18,494	11,727	12,910	12,541	10,763	7,095	3,432	1,361	418	55	5
	女	265,067	13,587	16,178	15,812	17,945	22,877	22,052	18,860	18,386	19,018	16,921	15,574	11,115	13,276	13,344	11,773	7,908	4,523	2,054	698	120	8

(單位：人，資料截止日期：民國九十二年底，資料來源：內政部戶政司)

表 7-3：雲林縣人口組成年齡級距分佈

年 度 別	性 別	總計	0-4歲	5-9歲	10-14歲	15-19歲	20-24歲	25-29歲	30-34歲	35-39歲	40-44歲	45-49歲	50-54歲	55-59歲	60-64歲	65-69歲	70-74歲	75-79歲	80-84歲	85-89歲	90-94歲	95-99歲	100歲 以上
89	計	743,368	51,420	45,494	46,635	59,471	69,836	59,769	58,087	57,316	52,435	48,904	37,384	33,662	36,667	32,456	25,377	15,177	8,362	3,764	1,019	121	12
	男	392,911	27,213	23,726	24,356	30,767	35,470	32,042	33,854	33,621	29,833	26,962	20,108	17,329	18,393	15,627	12,004	6,609	3,263	1,361	328	41	4
	女	350,457	24,207	21,768	22,279	28,704	34,366	27,727	24,233	23,695	22,602	21,942	17,276	16,333	18,274	16,829	13,373	8,568	5,099	2,403	691	80	8
90	計	743,562	49,722	46,085	46,145	55,659	68,363	61,725	56,350	58,247	53,076	48,526	41,028	32,577	36,906	32,507	26,531	15,937	9,159	3,721	1,143	142	13
	男	392,581	26,235	24,091	24,096	28,924	34,754	32,632	32,452	34,209	30,403	26,755	22,232	16,778	18,487	15,734	12,438	7,054	3,565	1,342	355	40	5
	女	350,981	23,487	21,994	22,049	26,735	33,609	29,093	23,898	24,038	22,673	21,771	18,796	15,799	18,419	16,773	14,093	8,883	5,594	2,379	788	102	8
91	計	742,797	47,482	46,791	45,572	52,582	67,186	62,895	56,236	56,852	54,593	48,679	43,251	10,723	11,550	10,087	8,501	5,426	2,990	1,267	395	47	4
	男	391,492	24,980	24,494	23,764	27,243	34,198	33,039	31,843	33,400	31,426	26,837	23,592	5,392	5,684	4,961	4,218	2,727	1,294	505	128	16	3
	女	351,305	22,502	22,297	21,808	25,339	32,988	29,856	24,393	23,452	23,167	21,842	19,659	5,331	5,866	5,126	4,283	2,699	1,696	762	267	31	1
92	計	740,501	37,939	45,825	45,094	50,274	65,065	64,047	55,030	55,967	55,571	49,507	44,722	32,364	35,779	33,164	27,687	18,473	9,813	4,219	1,347	225	17
	男	390,186	19,937	24,051	23,583	25,963	33,291	33,365	30,854	32,790	31,995	27,477	24,467	16,788	18,014	16,062	12,923	8,266	3,862	1,501	441	58	7
	女	350,315	18,002	21,774	21,511	24,311	31,774	30,682	24,176	23,177	23,576	22,030	20,255	15,576	17,765	17,102	14,764	10,207	5,951	2,718	906	167	10

(單位：人，資料截止日期：民國九十二年底，資料來源：內政廳戶政司)

由表 7-1 至 7-3 可整理出民國 89 年至 92 年底，嘉義縣、市及雲林縣在五十五歲以上之人口數（本計畫「養生園區」之主要目標顧客群）及其比例，以及六十五歲以上老年人口數與比例，並據此估計人口成長之年成長率，數據如下表所示：

表 7-4：三縣市 55 歲及 65 歲以上人口數、所佔比例與年成長率

縣市別	年度別	人口總數(人)	55 歲以上人口數(人)	所佔比例	年成長率	65 歲以上人口數(人)	所佔比例	年成長率
嘉義市	89	266,183	43,264	16.25 %	-----	23,080	8.67 %	-----
	90	267,993	43,777	16.34 %	0.55 %	23,726	8.85 %	2.08 %
	91	267,907	44,651	16.67 %	2.02 %	24,504	9.15 %	3.39 %
	92	269,594	46,216	17.14 %	2.82 %	25,499	9.46 %	3.39 %
嘉義縣	89	562,305	121,759	21.65 %	-----	69,766	12.41 %	-----
	90	563,365	122,088	21.67 %	0.09 %	71,820	12.75 %	2.74 %
	91	562,394	123,253	21.92 %	1.15 %	73,877	13.14 %	3.06 %
	92	560,410	125,126	22.33 %	1.87 %	76,098	13.58 %	3.35 %
雲林縣	89	743,368	156,617	21.07 %	-----	86,288	11.61 %	-----
	90	743,562	158,636	21.34 %	1.28 %	89,153	11.99 %	3.27 %
	91	742,797	160,678	21.63 %	1.36 %	92,145	12.41 %	3.50 %
	92	740,501	163,088	22.02 %	1.80 %	94,945	12.82 %	3.30 %

（資料截止時間：民國 92 年底）

依據表 7-4 所提供之數據，計算平均年成長率，本計畫據此平均年成長率推估未來五年與未來十年（亦即民國 97 年與 102 年）嘉義市、嘉義縣與雲林縣五十五歲以上及六十五歲以上之人口數，以期大略了解養生園區主要目標服務對象

之市場潛量，預估人口數如下表 7-5 所示：

表 7-5：三縣市於民國 97 年與 102 年之預測人數

縣市別	年度別	預估 55 歲以上人口數	預估 65 歲以上人口數
嘉義市	97	52,086 人	29,994 人
	102	58,701 人	35,280 人
嘉義縣	97	134,863 人	88,433 人
	102	145,357 人	102,767 人
雲林縣	97	175,520 人	112,005 人
	102	188,898 人	132,129 人

由於養生園區需要為入住之長者們提供適當之醫療照護，因此客觀環境是否具備足夠能力亦是一重要考量。在醫療資源環境狀況分析方面，嘉義市在民國 92 年底，每萬人口病床數 131.20 床，為全國第一；醫療機構及其他醫事機構每萬人口執業醫事人員數為 146.52 人，亦居全國之冠，故嘉義市擁有十分充沛之醫療資源，對於「養生產業」中所需之醫療相關項目，可以提供最佳的環境與最有力之支持。

人類年齡達六十五歲以上，其身心狀況多隨年齡增長而成反比，因而，在我國步入高齡化社會之後，老年問題勢必成為社會之沉重負擔。而老人需求問題可概略分為三部份：

1. 生理的需求(亦即一般所指的健康問題)

老人在生理上的需求多為希望維持機能性的健全狀態，人們往往在離開職場後才開始產生生理功能的失能或退化問題，也由於生理功能的失能或退化狀態的需求，遂直接反映在大量的醫療照護或健康照護上。然而目前全民健保的實施，仍未完全涵蓋老人在生理上的所有需求，尤其健康照護方面，還需要藉由其

他福利服務，如長期照護服務的提供來予以補充。

2. 心理的需求

長者們在心理上的需求主要有下列幾點：

- 享受家庭溫暖、天倫之樂或是不與社會生活脫節。
- 受到他人的尊重及重視。
- 健康情形不斷地在恢復當中或生理狀況不持續惡化。
- 擁有成就感。

3. 社會的需求：

長者們的社會性需求通常反應在以下幾個方面：

- 人際互動關係的建立。
- 擁有同儕團體。
- 有不虞匱乏的經濟安全保障。
- 得以分享自己過往的經驗。

因此，依據老人需求所衍生出來的問題可歸納為以下幾項：

- 安養問題
- 醫療照護問題
- 健康照護問題
- 休閒問題
- 經濟安全保障問題
- 再就業(經驗傳承)問題

上述的醫療照護問題，目前已有全民健康保險予以支持，而經濟安全保障方面，可以由國民年金來涵蓋，但安養問題與健康照護問題，雖有機構式、家庭照

護模式的照護機構，但因其制度上的限制並無法完全滿足老人的需求，尤其一般的安養中心，往往給予老人一種收容或托老的遺棄感覺，且在品質上相當參差不齊，即使是家庭式照護也無法完全觸及老人休閒與再就業等之需求。是故，未來養生園區應當要朝向多元性、綜合性的規畫，以期能全方位涵蓋照護對象的各項需求。

(四) 功能

根據國內高齡人口的罹病特性與照護需求，所謂完善的長期照護應該是一個能夠提供持續性養生照護的多元化體系，同時能滿足老人及慢性病患者在健康照護、醫療、安養、



休閒、養生及再就業等需求。所以，此養生照護體系不僅需要提供護理之家式的機構式照護，也需同時提供社區式或家庭式的照護及安養服務，亦即從滿足老人與慢性病患者對於照護密度及強度的不同需求的角度出發，整合護理之家、日間照護、居家照護及安養服務等照護資源，並開發社區慈善、宗教及學校等志工資源，以確實達到事前預防、遏止惡化、老殘而不廢的長期照護效益，並且善用社會醫療與照護的寶貴資源，讓老人及慢性病患者生活有品質，而且活得有尊嚴。

綜合以上的分析，將以建構一個多元化的『養生園區』為規畫目的，而透過與鄰近醫療院所的策略性合作，整合日間照護與居家照護、老人安養及預防保健的服務，如此將能夠同時滿足老人及慢性病患者在健康照護、醫療、健康檢查、安養、休閒及再就業等完善的需求。

雖然是針對銀髮族的照顧服務為主，但結合完善的建築設施、景觀設計與休閒娛樂，不但予以年長者一個兼顧醫療與照顧的服務，更提供了一個與親友、青年朋友互動的美好環境，提供青年人就業服務的機會與休閒觀光的好去處。

(五) 規劃內容

園區坐落於嘉義市，雖然市區幅員不大，但四周交通方便，生活機能一應俱全，嘉義市之醫療資源豐沛，亦鄰近多所大專院校，包括位於嘉義市之國立嘉義大學、位於臨近地區之國立中正大學、南華大學及吳鳳技術學院…等，人文、

醫療環境皆臻完善。

由於鄰近的急性醫療支援不虞匱乏，照護對象的醫護需求將有強大的醫療專業作為後盾；同時鄰近的大學社區充滿活力，照護對象較有機會融入社會脈動，將其經驗與社區居民和學生交流，或學得更進一步的知識或技術，達到老殘而不廢的社會意義。

1. 建築設計

養生園區以方便老人食、衣、住、行而規劃設計，且因鄰近許多醫療院所與醫事機構，在醫療資源上，可發展出急、慢性、護理照護等全方位的銀髮族健康照護環境。



養生住宅區硬體上分為集合式住宅、公寓式住宅以及獨棟式住宅，以及包含社區活動中心、社區健康中心、健身中心、長青學苑、商店街及各式宗教設施的活動大樓。不同類型住宅的設計區分，除了提供多樣化選擇，以符合入住者的需求，並可作為收費基準的參考因素。集合式住宅中分設有單人房、雙人房與四人房等內含衛浴設備之套房，房間設計以無障礙空間與安全裝潢為主；公寓式住宅設計為三房兩廳之格局，適宜兩代或人數不多之三代同堂家庭居住；獨棟式住宅可提供家中人數較多之家庭居住。住宅中均設有緊急聯絡按鈕，方便於有亟需幫忙時可聯絡社區服務人員、鄰近醫療院所或消防救護單位。住宅區中亦設有住宿區，住宿區分為員工宿舍、進修學員宿舍及訪視親友宿舍三類。員工宿舍與進修學員宿舍將規畫為四人房，訪視親友宿舍則以家庭度假木屋的方式設計，以鼓勵對象親友時常探訪入住老人，共享天倫之樂，除能照顧自己的親人，亦可發揮愛心協助其他長者。



活動大樓的設計主要是為提供養生住宅社區中的長者們一安全、舒適之室內活動空間，規劃有圖書館、閱覽室、棋奕室、視聽室、團體活動中心、桌球室、撞球室、健身室、溫水游泳池、禮堂、講堂、文



化教室等。大樓內亦規劃有餐飲區，包含中西複合式餐廳、咖啡廳、茶坊等，提供藥膳、養生食膳、中西式料理，以供入住對象、日間照護老人、員工及訪視親友與附近居民平常用餐及聊天使用。



除了建築物內設計之活動空間外，室外空間的設計也可以提供長者們多接觸戶外活動與自然的機會，設有噴水池、垂釣池、花園、菜圃、植物園、槌球場、籃球場、健康步道、寵物園等；這些休閒設施可開放給照護對象、探訪親友及員工使用，而花園、果園及菜圃則將開放給社區民衆或對象親友認養栽墾，如此藉以促進與社區的結合，增進入住對象的生活情趣。園區內之造景主要是鼓勵老人能與自然界互動，藉以調適身心，並使園區像是一座休閒遊憩中心，而非如醫院、扶療養院所一般冰冷的感覺，更可吸引年輕人做為假日休閒的場所，另外，園區內老人也可運用來做為打太極拳、跳土風舞或是散步運動的空間。



為方便探親民衆、參觀人員、學習人員及工作人員往來交通方便，將在園區內規畫地下停車區及地面上之平面停車場。而園區內亦設有社區健康中心，可為住宅社區中的年長者提供每日的基本健康照顧與諮詢，如量體溫、血壓等，並採與鄰近醫療院所、醫療團隊合作之模式，配合醫療轉診，提供 24 小時之專業醫療照護服務，使住宅社區中的每位長者在有照護需求時，都能在最短時間內獲得適當協助。



同時，養生住宅更結合鄰近醫療團隊的醫療服務，並安裝有保全系統、由專業營養師設計飲食、緊急救援服務…等，生活機能相當完整，讓養老的環境是一個具舒適、安全及多元化的環境。

除硬體設施一應俱全外，在軟體方面亦規劃提供多樣化的休閒活動類型，包括運動養生、娛樂交誼、藝文技藝、民俗節慶與晚會活動、以及宗教活動…等供年長者選擇所需的休閒。

2. 安養與休閒服務

高齡化時代的來臨，我們認為高品質的獨居老人安養照護應整合居住、健康照護、醫療、安養與休閒等功能，而不應獨立於養生照護體系之外，因此將發展為綜合性的『養生園區』，以提供 55 歲以上身心健康老人或輕微慢性病症長者在衣、食、住、行及照護等服務。



不論是長期照護對象或是安養的老人，適當的動態或靜態的休閒活動將有益長者的身心健康與生活品質。於是，在靜態休閒方面，提供有園藝欣賞、影劇欣賞、音樂會、說書、飲茶、棋奕、國畫、西畫、書法等各類藝文技藝活動；在動態休閒方面則有槌球、垂釣、太極拳、土風舞、健康步道、花木種植、蔬菜墾栽、健身房及各類社團活動等。並配合各式民俗節慶，在社區內如活動大樓或室外適當場地舉辦相關活動、講座與展覽，邀請各界社團或鄰近社區居民共襄盛舉，如此可使住宅社區內的老人生活可以在靜謐外多添一些活力與色彩。

嘉義市除醫療資源十分豐富外，鄰近文教資源亦是充沛，因此在老人的社會需求方面可以藉由鼓勵各大專院校如博愛社、慈幼社等類似之服務性社團踴躍參與園區內之照顧服務，園區也可提供各類運動設施，如：籃球場、運動場、桌球室、圖書館、視聽室、KTV 等來回饋社區，社團



也可利用各項服務設施舉辦同樂活動如卡拉 OK 歌唱大賽、運動競賽等，來增進園區老人彼此之間或老人與社區間的交流、同樂。另外也可鼓勵社區婦女或社會各界人士藉由園區而達到服務人群、貢獻愛心的目的，例如：捐款購置園區所需之軟、硬體設備，或利用閒暇時間擔任園區志工，同時也可共享園區中的設施。



園區內之運動設施包括有籃球場、溫水游泳池、桌球室、撞球室、健身房等，可供所有園區成員、鄰近社區居民、志工等運動健身之用。園區設有專屬之運輸工具，用以接送園區成員，包括老

人、兒童、青少年、志工等等，其目的可使老人在其家屬晚上下班回家後，能與家屬共享天倫之樂，而對社區其他成員來說，也有利於與外界接觸、溝通。

園區圖書館包含閱覽室及棋奕室，提供園區成員進修、閱讀書報雜誌、益智等功能，除可使園區老人生活充實、自我成長外，更可促進情感交流，充分滿足老人之社會性需求。園區內亦提供宗教設施，如寺廟與教堂，除提供園區成員宗教上的功能外，也能給予老人在心靈上的寄託。



養生照護住宅的規劃，是要提供一個使年長者在身體活動、心智認知、生產力和生活滿意方面，都能享受健康樂趣的生活環境。在養生照護住宅裡，入住的老人不能僅是被動地接受人家照顧、服務，而是要主動的經營自己想要的人生。因此，在養生照護住宅中特別參考長庚養生文化村設計了「家族機制」，提供年齡、背景、興趣相近的人重組家庭，使園區中的年長者不會因為未與子女同住而感到孤單。另外，也可鼓勵年長者組織社團，讓有共同興趣的年長者可以相聚在一起，互相切磋交流，使晚年安養的生活不會沒有重心而感到空虛。讓在養生照護園區中養老不像一般養老機構冰冷的感覺，而像是住在一個大家庭中。



住而感到孤單。另外，也可鼓勵年長者組織社團，讓有共同興趣的年長者可以相聚在一起，互相切磋交流，使晚年安養的生活不會沒有重心而感到空虛。讓在養生照護園區中養老不像一般養老機構冰冷的感覺，而像是住在一個大家庭中。

3. 再就業輔導

為滿足高齡長者們的社會需求，除了結合社區的社團活動外，再就業的訓練與安排將發揮強大的作用，因為再就業將滿足長者們獨立自助、自立更生的需求，達到老殘而不廢的社會意義。

養生住宅園區規劃目的，除提供年長者一舒適、安全之晚年安養的居處，也是一個可讓年長者再學習、再發展，並可達成心願和做出貢獻的場所。退休的長者能在園區內積極學習養生之道，促進身心健康，並主動



營造心中理想的晚年生活。鼓勵人人參與社團活動，充實身、心、靈及宗教等各項內涵，實踐「活到老，學到老」的精神。而且每位長者可按照自己的體力、心智、興趣，就自己的文化背景、專長有所發揮，在園區中開設講座或技藝教學課程。除了休閒娛樂之外，還可以根據個人專長，配合園區內或各界社團需求，貢獻所長，獲得報酬。例如：各項專長技藝講師、養生運動教授、簡易水電維修…等，不僅可以「教學相長」，更能創造「老有所用」的再就業機會。除了園區內的休閒活動，與園區外各界休閒活動團體、學生社團的交流也在規劃之內，透過安排園區內社團或具有專長的住民與園區外社團及專業人士進行交流，將可因與年輕人、兒童有所互動進而活化養生園區氣氛，保持園區內長者與外界之聯結，更可以強化園區內各種休閒活動之資源網絡。更重要的是可以經驗交流，文化傳承，繼續對社會有所貢獻，達到使老年人終身學習與薪火相傳的多元化、優質的養生休閒生活。



我充實的機會。

在場地利用方面，養生園區中的講堂、文化教室與場地可以善加利用，園區內長者們可以在此傳授個人的學術、技藝或經驗，並結合附近的嘉義大學、中正大學、吳鳳技術學院等院所的師資，定期或不定期舉行講座以傳授園區高齡長者各方面的學識或技術，提供長者們技藝或知識上的學習以及自我充實的機會。

（六）預期成果與效益評估

養生園區之規劃方向是採行社區形式，其原則是開放的、動態的及互助的，期能全方位滿足老人在生理層面、心理層面與社會層面的需求。園區是利用所有成員互助的原則，來達成福利服務提供之目的，所以社區也能同時滿足青少年、婦女、兒童、志工等的部分需求。

園區提供老人在生活上不虞匱乏的保障，也滿足老人在生理、心理及社會的需求。就老人扶、療機制而言，老人還是住在家庭最為適宜，然而，源於家庭結構的改變，機構式的安養院取代原有家庭的部分功能，但也由於機構本身的限制，並無法提供老人在「再就業」方面與享受「天倫之樂」的需求，因此，養生

園區的服務模式，其意義即在取代以及補充機構式功能之不足。

養生園區是運用成員（包含老人、兒童、青少年及婦女等）彼此間的互助行為，來達成老人長期健康照護的目的，例如訪視親友宿舍就可接受有需要的家庭提出申請，申請的家庭可在社區中照顧自己的親人，也可以協助照顧其他無依的老人；而單身宿舍（包含無障礙設施）也提供老人、學生或各界有需要的人士同住，期使園區成員能在生活中互相扶持，成為一真正「老吾老以及人之老，幼吾幼以及人之幼」的社會。

透過『養生園區』的規畫，預期將有下列幾項實際效益：

- 透過嘉義市豐沛醫療資源的支持，以醫護專業的背景，提供雲嘉地區專業且高品質的長期照護服務。
- 將同時具備機構式照護、社區式照護及家庭式照護的優點，得以強化健康照護的持續性，並有利於傳導正確的老人與慢性病照護的知識。
- 滿足老人在生理上、心理上與社會上的需求，提供綜合性的老人福利服務，並可減輕婦女在家庭照護老人的壓力。
- 位於嘉義市區，交通方便，將有利於親友的訪視，讓入住長者們常享天倫之樂。
- 結合社區活動，並開放部份休閒區給社區民衆，將有益塑造充滿生命力的照護環境，而老人藉著與社區群衆的互動，得到快樂與歡笑。
- 附近的學生及義工得以體驗互助的精神及意義。
- 提供講堂，園區內之長者得以將經驗、學識及技能傳授給社區居民，或是透過與各界社團、學校資源連結，學習進一層次的知識與技能，因而使他們獲得學習獨立、自立更生、再就業的機會。
- 採公辦民營的方式，符合福利國家未來的潮流，節省國家在財政上的支出，並可將資源做彈性運用，並不完全集中於老人人口。
- 『養生園區』的規畫將提供老人及慢性病患者一個完善的、整合的及多功能的持續性照護，如此以提昇老人及慢性病患者的衛生福祉。

二、嘉義市現有老人長期照護資源

本段蒐集嘉義市內現有之長期照護機構，如老人安養中心、護理之家與居家護理所以及日間照護中心等資料，彙整於表 7-6 與 7-7，以便於了解嘉義市目前既有之資源，若能經由市政府加以輔導、認證後，可藉由整合民間資源達到提高計畫落實效率之目的，亦可使嘉義市老人福利政策更加落實。

表 7-6：嘉義市已登記立案之私立老人安養護機構

	名 稱	住 址	開業床數
01	東洋老人養護中心	大雅路 778 號	8
02	家福老人養護中心	新榮路 130 號	30
03	利生養護中心	彌陀路 238 巷 7 弄 5 號	16
04	國泰長期照護中心	育人路 329 號	49
05	博仁老人養護中心	北社尾路 49 號	49
06	慈保養護中心	大雅路 2 段 234 巷 10 號	16
07	瑞泰老人養護中心	玉山路 553 號	-
08	嘉義仁愛之家	吳鳳南路 119 號	100
09	嘉義濟美仁愛之家	盧厝段 91 之 1 號	90
10	嘉義博愛仁愛之家	林森東路 235 號	110

(資料來源：嘉義市社會局、中華民國長期照護協會)

表 7-7：嘉義市護理機構一覽表

類別	機構名稱〔全名〕	聯絡地址	許可床數	開業床數	開業日期
護理之家	行政院衛生署嘉義醫院附設護理之家	嘉義市北港路 312 號	99	60	88/7/15
護理之家	嘉義榮民醫院附設護理之家	嘉義市世賢路二段 600 號	180	180	88/3/15
護理之家	財團法人天主教聖馬爾定醫院附設護理之家	嘉義市芳安路 103 號	200	200	89/1/6
護理之家	財團法人嘉義基督教醫院附設護理之家	嘉義市忠孝路 250 號	120	87	89/3/1
護理之家	陳仁德醫院附設護理之家	嘉義市林森西路 285 號	34	30	89/12/22
護理之家	私立東洋護理之家	嘉義市東區大雅路一段 788-2 號	50	50	89/12/22
護理之家	祥太醫院附設護理之家	嘉義市西區延平街 490 號	13	13	92/3/31
護理之家	私立蘭潭家福護理之家	嘉義市東區鹿寮里學府路 299 號	99	99	92/8/8
居家護理所	行政院衛生署嘉義醫院附設居家護理所	嘉義市北港路 312 號	-	-	85/11/8
居家護理所	嘉義榮民醫院附設居家護理所	嘉義市世賢路二段 600 號	-	-	85/11/19
居家護理所	財團法人天主教聖馬爾定醫院附設居家護理所	嘉義市大雅路二段 565 號	-	-	83/4/11
居家護理所	財團法人嘉義基督教醫院附設居家護理所	嘉義市忠孝路 539 號	-	-	83/3/5
居家護理所	世華醫院附設居家護理所	嘉義市和平路 178 號	-	-	92/12/1

居家護理所	大仁醫院附設居家護理所	嘉義市民族路 666 號一樓	-	-	91/6/26
日間照護中心	財團法人天主教聖馬爾定醫院附設護理之家附設日間照護中心	嘉義市芳安路 103 號	20	20	89/11/13
日間照護中心	行政院衛生署嘉義醫院附設護理之家附設日間照護中心	嘉義市北港路 312 號	17	17	92/3/21

(資料來源：嘉義市衛生局)

三、國內養生住宅發展現況

(一) 養生住宅發展現況

國內的銀髮族住宅市場，其實早在十幾年前就有企業投入，民國七十九年間，太平洋房屋就在台北市北投區推出「奇岩居」銀髮社區，針對老年人的居家市場銷售，包括休閒與醫療…等相關服務，但當時或由於相關觀念尚未廣被接受，因此並未叫座，之後改為溫泉休閒會館。但民國八十五年，潤泰集團在淡水推出「潤福生活新象」與「大台北華城」都頗受好評。陸續市場中包括醫療院所、建商、財團、大企業等，都積極投入銀髮族房地產市場，如仁濟醫院在關渡興建的銀髮社區；康寧護校在內湖的「康寧養生住宅」；鴻禧企業機構在大台北華城秀岡山莊的銀髮養生社區；此外，如富邦、國泰、遠雄、全坤興、國寶、中國及新光等擁有龐大土地資源的集團也都準備規劃進入銀髮住宅社區市場，未來這塊市場並可能成為休閒不動產中最熱門的產品之一。本計劃將目前國內以銀髮族為主的養生住宅依等級不同歸納分為下面兩類：

(二) 較高價位或五星級銀髮住宅

這部份的銀髮住宅鎖定老人市場中高消費能力的族群，強調社區式完整妥善的生活照顧環境及隱私，或強調提供感覺由如五星級飯店一般的居住品質及享受，並提供 24 小時全天候醫療品質...等服務，結合安居、休閒、預防、保健及醫療等多項功能。本計畫整理部份國內知名的銀髮住宅如下表 7-8 所示。包括：

潤泰集團在淡水推出「潤福生活新象」，以租賃方式吸引不少銀髮族進駐，其房間數量約 280 間，大小約 15-30 坪，所需保證金約 480 萬至 600 萬元(押租金)，每月依據坪數酌收不等之管理費。之後，潤泰集團又在新店推出「大台北華城」，以三代同堂的出租住宅，也受到普遍的歡迎。綜觀這兩個社區，原本都是潤泰建設推案銷售的住宅社區，後來成屋後改為銀髮住宅使用，不過軟硬體上都不錯，再加上定期的醫療健診與獨特的景觀風貌，形成其社區特色。

此外，位於台北市萬華區西園路上，近期完工使用的『永越健康管理中心』，所走的是金字塔頂級的高價位路線，光是月費單人房 12 萬、雙人房 20 萬，而該社區完全與西園醫院結合，提供的服務與五星級飯店相當。

盛寶全人基金會也在桃園龍潭興建高品質的安養機構「泰和園」，強調以人為本的思維，運用現代化的科技服務(如：變頻空調、污水處理、厭氧廚餘處理系統、電腦人工智慧系統、…等)結合健檢中心、養生中心、養生農場…等設備創造身、心、靈皆臻安全的生活環境。

康寧醫院也在內湖地區興建康寧生活會館亦強調針對銀髮族量身訂作各種動靜態活動，結合專業健康管理中心與醫療服務，並以臨近生活圈、醫院、風景區等基本需求為訴求以確保銀髮族的生活品質。

以上這些建設單位強調的都是想要提供銀髮族一個優質的退休與老年生活，而定位也不同于過去「養老院或安養住宅」給民衆的形象。

表 7-8：國內高價位銀髮住宅一覽表

社區名稱	潤福 生活新象	潤福 大台北華城	永越健康管理 中心	泰和園	康寧生活會館
所在地	台北縣 淡水鎮	台北縣 新店市	台北市 萬華區	桃園縣 龍潭市	台北市 內湖區
開發單位	潤泰建設	潤泰建設	西園醫院	盛寶全人社會 福利基金會	康寧醫院

房間數量	15-30 坪 約 280 間	30-70 坪 88 戶 (四樓)	75 間	單人房 230 間 雙人房 35 間	20-30 坪 165 戶
保證金收費	押租金 480 萬至 600 萬	押租金 1100 萬至 1400 萬	單人房 880 萬 雙人房 1500 萬	單人房 480 萬 雙人房 680 萬	一房 560 萬 二房 885 萬
管理費收費方式 (每月)	一人 9720 元 二人 16200 元	每戶 2.5 萬元 伙食費 6000 元	單人房 12 萬元 雙人房 20 萬元	單人房 2.5 萬元 雙人房 3.7 萬元	單人房 9 千元 雙人房 1.5 萬元
經營特色	軟硬體設備完善；定期的醫療健診、健康管理；獨特的景觀風貌、便利生活服務、休閒活動...等。	集防老、保健、防癌、抗老於一體之醫療照顧；引進 Duke 大學復健課程、亞都麗緻管理顧問團隊、全套傢俱裝潢	養護中心、托兒所、養生農園；安全感應系統、無障礙設施；定期健檢、養生活動、宗教社團活動	結合安居、休閒、醫療三合一；多項會員制 VIP 休閒設施；康寧醫院全天候醫療照顧、社區交通車；全套傢俱裝潢	

(三) 平民化的銀髮住宅

此外還有一部份平價的銀髮住宅則包括醫療院所、政府委託、或建商興建的一般安養住宅，本計畫整理部份國內較平價銀髮住宅如表 7-9 所示。包括：

由財團法人台北私立仁愛院在內湖成立的仁愛院，提供單人房 24 間、雙人房 13 間的平價老人住宅(保證金單人房 40 萬，雙人房 50 萬)；財團法人台北市私立中華民國中華社會福利事業基金會在台北汐止興建的「翠柏新村」，提供 8-24 坪約 400 間房間；以及高雄縣政府委託財團法人佛光山基金會經營的「松鶴樓」，共有 200 間套房，每月費用從單人床 15,000 元至雙人房 20,000 元不等，外加保證金十萬元，含食、宿、及休閒活動在內。

另外，雙連教會在三芝也推出「雙連社會福利園區」，較特別為其兼具有客房服務，將家庭、安養、養護、醫療、旅館、學校等功能結合，提供老年人與家

屬親近生活的空間。這些銀髮住宅提供的服務則較為簡單，包括飲食、簡單醫療護理、休閒康樂活動…等，在軟硬體設備上相較於高價位的養生住宅也較簡易許多。

表 7-9：國內平價銀髮住宅一覽表

社區名稱	財團法人 台北私立仁愛院	翠柏新村	雙連社會 福利園區	松鶴樓
所在地	台北市內湖區	台北縣汐止市	台北縣三芝鄉	台北縣林口鎮 (長庚高爾夫 球場旁)
開發單位	財團法人台北私立 仁愛院	財團法人台北市 私立中華社會福 利事業基金會	雙連教會	台塑集團
房間數量	單人房 24 間 雙人房 13 間	8-24 坪共約 400 間	單雙人房 8-15 坪 間 約可接受 400 人(包括客房服務)	200 間套房
保證金收費	單人房 40 萬 雙人房 50 萬	單人房 80 萬 雙人房 100 萬	保證金 0~10 個月 (低收入及重病殘 障者個案優惠)	保證金 10 萬元
管理費收費 方式(每月)	單人房 2 萬元 雙人房 27500 元 (不含伙食 5000 元/人)	單人房 2.4 萬元 雙人房 3.6 萬元 (含膳食費)	安養費 1.8 萬元 養護費 2.8 萬元	單人床 1.5 萬 元 雙人房 2 萬元
經營特色	飲食、休閒活動、 專業醫療...等	三餐飲食、文康活 動、專任醫師進 駐...等	專業的服務人員、 健全醫療服務網、 無障礙設施設備、 寬廣景觀綠地、人 性化空間設計、辦 理松年大學	飲食、休閒活 動、專業社工、 營養師及護理 人員服務、文康 保健課程、長青 人力銀行...等

至於台塑集團進軍銀髮族的『長庚養生文化村』，則是走一般平價路線，強調全方位社區服務以及結合長庚醫院的醫療資源，雖然地段上沒有位在大台北中

心區段，不過單就 66 公頃的開發計畫來看，算是目前國內最大手筆的銀髮住宅。本計畫特別下段以專段整理介紹之。

(四) 養生產業發展範例—長庚「養生文化村」

目前國內在養生產業中，最符合本計畫上述所歸納、具有整體規劃者，首推台塑集團斥資 100 億元在在林口所興建佔地 34 公頃的「養生文化村」。養生文化村所強調的是其首創的連續性終身照護之社區型態，與潤泰集團強調五星級服務安養住宅所興建之潤福新象不同，養生文化村強調的是「家」的感覺，結合長庚醫院的資源，是一個理想的「整合型醫療健康照護體系」，包括建立慢性醫院、護理之家、老人安養社區(養生文化村)，由預防保健、慢性醫療復健及長期照護資源做資源整合，也更符合政府希望達成「在地老化」的照顧服務政策。本計畫將其特色歸納分三點說明：

1. 全方位的銀髮族養生休閒社區

養生文化村主要是以健康老人為主的住宅社區，其社區以方便老人食、衣、住、行而規劃設計，且因鄰近長庚醫院林口總院和復建分院，在醫療資源上，可發展出急、慢性、護理照護等全方位的銀髮族健康照護環境；硬體上共五棟七層樓、總計達 4,000 戶的集合式住宅，可提供約 6、7 千名老人居住之建築物、社區活動中心、社區醫院、健身中心與銀髮學苑的設施，此外還擁有國際級會議中心、美食街、商店街、健身房、及各式宗教設施的活動大樓。除硬體設施一應俱全外，養生文化村更規劃提供多樣化的休閒活動類型，包括運動養生、娛樂交誼、藝文技藝、民俗節慶與晚會活動、以及宗教活動...等供年長者選擇所需的休閒。

同時，養生文化村更結合長庚醫療團隊的 400 床社區醫院，區內並設有果園、公園等休閒設施，擁有獨立聯外道路與保全系統、專業飲食設計、緊急救援服務...等，生活機能相當完整，所有空間皆為無障礙空間。讓養老不只是待在狹小的空間裡，而是一個更具舒適、安全及多元化的環境。

2. 充滿人情味，老有所用

養生文化村的規劃，是要提供一個使年長者在身體活動、心智認知、生產力和生活滿意方面，都能享受健康樂趣的生活環境。在養生村裡，入住的老人不能

被動地接受人家服務，而是要主動的經營自己想要的人生。因此，在養生村中特別設計了家庭重組機制，提供年齡、背景、興趣相近的人重組家庭(reformed family)。讓養老沒有養老院的感覺，而像是住在一個大家庭中。這是養生文化村最重要的策劃理念，積極的經營生活，而不是被動的接受養護。

此外，養生文化村也是一個可再學習、再發展，並可達成心願和做出貢獻的場所。退休的長者能積極學習養生之道，健康促進，並營造心願中的晚年生活。鼓勵人人參與社團活動，充實身、心、靈各項內涵。各人按照自己的體力、心智、興趣可以選擇，就自己的文化背景、專長有所發揮。除了休閒娛樂之外，還可以工作賺外快，提供老人家在社區內「以工代金」，也就是根據個人專長，配合村內需求，貢獻所長，獲得報酬。例如：各項專長技藝講師、園藝農藝指導管理、簡易水電維修...等，創造「老有所用」的再就業機會。除了村內的休閒活動，與村外各種休閒活動團體的交流也在規劃之內，透過安排村內社團或具有專長的住民與村外社團及專業人士進行交流，將可因代際間活動活化養生文化村氣氛，保持村內長者與外界之聯結，更可以強化村內各種休閒活動之資源網絡。更重要的是可以經驗交流，文化傳承，繼續對社會有所貢獻，達到使老年人終身學習與薪火相傳的多元化養生休閒生活。

3. 價位平民化，以一般退休民衆為目標族群

養生文化村的另一特點，是顧及一般人的經濟能力，因此與一般五星級老人住宅不同，不需繳交高額保證金。其入住資格非常簡單，只需(1)年滿 60 歲，配偶年滿 50 歲，及(2)接受長庚醫院身體檢查合格；另外，更推出低利優惠專案以優惠入住養生村的銀髮族，減輕其經濟負擔。總之，養生文化村符合創辦人王永慶先生的經營理念，是提供予一般退休人員可負擔的費用。期望能予民衆在老年能擁有健康、充實的生活。

表 7-10：養生文化村收費標準表

收費項目	收費說明	收費標準		
		坪數	單人	雙人
管理費	含住宿、健康照護、緊急救護、公共設施維護等費用。 為減輕費用負擔，設立「養生照護金」，提供優惠保障孳息，用以扣抵管理費。	14	1.8 萬元/月	2.3 萬元/月
		22	2.6 萬元/月	3.1 萬元/月
膳食費	健康膳食、養生藥膳等多樣化餐點自由選擇。	依實際消費計算。		
水費、電費	每戶獨立水、電錶。	依實際使用量計算。		
入住保證金	入住時預收一年管理費作為入住保證金，於退住時無息退還。			

(資料來源：長庚養生文化村，<http://ergo.cgu.edu.tw>)

除了在桃園龜山的養生文化村外，台塑緊接著將繼續興趣中南部的養生文化村，十年內將在台灣興建一萬戶以上的養生文化住宅。

總結本節對國內養生住宅的整理，國內類似的老人住宅選擇很多，從五星級的老人服務安養住宅社區、飯店式管理的老人住宅、平民化的安養住宅、到標榜家的感覺的養生文化村...等。未來結合包括其他相關養生產業的產品與服務，將會共同競逐老人養生市場，成為新一波的熱門商品。

四、市政府自行開發「養生住宅」之差異化優勢

雖然老人照護安養機構林立，然而照護機構的需求量依然高於供給量，甚至隨著老年人口逐年攀增，現今照顧服務產業無法滿足未來市場之胃納量，加以台灣民族特性「安土重遷」，著重「在地老化」概念，因此養生照護具有明顯的地理區隔，換言之，北部安養機構難以吸納南部市場，嘉義市若興建養生園區，競爭對手只需考量嘉義縣市之安養機構，本計畫針對民間機構之安養中心與市府之養生園區進行差異化分析，如表 7-11 所示。

(一) 嘉義市政府主導之養生園區與民間機構興辦安養中心、養生村等之最大差異在於，養生園區經營模式採取 B.O.O.或公辦民營(詳見第八章第二

節)，由市政府提出完善計畫並配合民營業者的專業管理，將兼顧社會福利極大化與提高資源分配及管理效率的好處。

(二) 藉由政府之介入、協調，嘉義地區豐沛的醫療資源，即能給予園區長者們優於單一醫療院所所能提供之照護服務，此外，市政府著眼於「社會福利產業化」，不同民間安養機構「社會福利營利化」，因此民衆更信賴市政府主辦的「養生園區」。

(三) 「養生園區」結合「多功能健康生活園區」，將安養照護提昇至產業等級，結合養生、安養、休閒，兼顧多種層面，提昇養生園區的競爭力，同時帶動嘉義市觀光休閒發展。

(四) 配合嘉義市政府規劃、扶植週邊養生產業，塑造一完善、優質之養生環境，不僅只供予長者一安養居住之處所，更是提供一安心經營晚年生活之城市，達成「溫馨家園、健康城市」的境界。

表 7-11：養生園區之差異化優勢

	養生園區	其他銀髮住宅專案
主辦單位	嘉義市政府主導	民間財團、建設公司、私立醫療院所、基金會、宗教團體
屬性	社會福利產業化	社會福利營利化
目標	因應高齡化社會來臨，落實社會福利，提高老人衛生福祉	搶食銀髮住宅市場大餅，追求企業獲利
產品內容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 完善軟硬體設施、無障礙空間 2. 優質景觀風貌，安全、雅緻、寬敞活動空間 3. 專業醫療團隊，24 小時醫療支援、轉診服務、定期健檢... 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 完善硬體住宅設施、無障礙空間 全套家具裝潢(僅高價位銀髮住宅提供) 2. 定期健診、健康管理、專業醫療服務 3. 安全感應系統 4. 寬廣景觀綠地、一般休閒設施

	<p>4. 園區社區化，融入鄰近社區生活，增進園區生活活力</p> <p>5. 完整生活機能，專業飲食設計、園區專車接駁、長青學苑、社團講座、文化教室、養生運動、社團活動、宗教活動，照顧長者們生理、心理、社會方面的需求。</p>	<p>5. 松年大學、宗教社團活動、養生活動</p> <p>6. 會員制 VIP 休閒設施</p> <p>7. 三餐飲食</p> <p>8. 長青人力銀行</p>
<p>定價</p>	<p>待訂</p>	<p>高價位：</p> <p>1. 保證金：押租金 480 萬至 1500 萬元不等</p> <p>2. 管理費（每月）：單人 9 千至 12 萬元，兩人 1.5 萬至 20 萬元不等</p> <p>一般價位：</p> <p>1. 保證金：10 萬至 100 萬元不等</p> <p>2. 管理費（每月）：單人 1.5 萬至 2.4 萬元不等，兩人 2 萬至 3.6 萬元不等</p> <p>註：伙食費有些專案另計，約 5 千至六千元不等</p>

第二節 養生主題公園

一、目的

「多功能健康生活園區」中，在一般室內的硬體設施之外，也結合戶外綠地，進行規劃適合在戶外的養生相關活動。若能結合公園景觀，利用嘉義市既有的公園綠地資源(如：嘉義公園)進行主題內容的規劃，將使得公園除了遊憩功能外，也能提供良好的戶外養生教學場地，在生活



與休閒中寓教於樂。

二、 功能

- 提供戶外養生動態活動行程。
- 中草藥用植物園是天然的立體中草藥課本，使遊園者能在自然中學習。
- 養生文化步道同時兼具遊憩休閒和文化教育的功能。
- 設立森林博物館的設立，提供了嘉義市發展的歷史與台灣森林資訊、水土保持的介紹，使公園內的機能更加完整豐富。

三、 規劃內容

■ 養生文化步道

利用嘉義市最具特色的木材建築，建立迴廊步道看板，以中英文介紹養生歷史、人體保健穴位圖、養生運動動作分解圖及養生食材介紹…等。讓來此參觀之遊客及當地居民，在無形中耳濡目染養生文化的第一步。

■ 中草藥用植物園

在主題公園中，專闢一中草藥用植物園，可利用中草藥草進行景觀設計。同時，可請專人進行生態導覽，介紹一些生活中常見可保健的藥用植物，讓一般參訪民衆在認識有助益於身體的植物導覽過程中，得到保健強身的應用知識，在賞心悅目之餘也能得到養生新知。



■ 養生運動教學

在戶外的養生活動中，近年來熱門的一些舒緩運動，例如：太極拳、氣功、瑜珈…等，皆被證實對身心調養有顯著療效。而目前學習此類運動者，並不限於較年長者，且年齡層有逐漸下降之趨勢。因此，建議能由居住在嘉義市之銀髮族(養生



住宅老人)，在固定時段(例如：早晨、黃昏)教導養生運動，對當地居民與養生文化風潮之培養甚有助益，也讓在嘉義市居住之長者在運動維護健康之外也能和其他民衆保持愉快地互動。

■ 森林博物館

森林博物館的設立，有阿里山豐沛的森林資源及嘉義市以往為台灣最大木材集散中心的歷史，能完整而深入的介紹台灣森林資訊及水土保持等議題，將無形智慧與有形資源做一完整連結與介紹。



表 7-12：養生主題公園之目標族群定位表

主題內容	養生文化步道	中草藥用植物園	養生運動教學	森林博物館
年齡	不拘	不拘	45 歲以上	不拘
性別	不拘	不拘	不拘	不拘
備註	親子活動	知性	知性與感性	知性

四、 預期效益

由養生主題公園所發展的特色景觀，主要的預期效益是無形的，藉由一主題景觀帶動其他附近多功能健康生活園區的其他主題商圈和產業發展，由形象營造出養生文化圈的第一步。

第三節 民俗療法區

一、 目的

民俗療法在養生產業分類中，屬於休閒保健之一環，養生產品定位在三十歲以上人口。民俗療法有別於西醫治療，提供身患宿疾的民衆另一經常性的治療方式，往往具有減輕病痛、舒緩症狀之療效，尤其是中老年人因為骨骼退化引起諸多的身體痠痛現象，透過民俗療法不僅達到減輕疼痛的效果，更是避免服用西藥

的副作用。此外，上班族工作壓力過大導致肌肉僵硬、身體不適的症狀，也都可以透過民俗療法達到一定的療效。

二、 功能

減緩中老年人因為宿疾所引起身體不適，或者提供工作繁重的民衆減壓新選擇，此外，針對激烈運動造成的肌肉痠疼、季節交換引起身體短暫不舒服，都可以透過民俗療法達到西醫的療效。

三、 規劃內容

衛生署明訂所謂的民俗療法屬於未涉及接骨或交付內服藥品，而以傳統之推拿手法，或使用民間習用之外敷膏藥、外敷生草藥與藥洗，對運動跌打損傷所為之處置行為。或者未使用儀器，未交付或使用藥品，或未有侵入性，而以傳統習用方式，對人體疾病所為之處置行為。如藉按摩、指壓、刮痧、腳底按摩、收驚、神符、香灰、拔罐、氣功與內功之功術等方式，對人體疾病所為之處置行為。

有鑑於此，民俗療法區可以安排按摩、刮痧、氣功、針灸等各類民俗療法保健館，並且教導民衆簡易療法，讓民衆來此不單僅是為了尋求治療身體病痛，更可以學習平日保健之道，相關各類民俗療法保健館設置之功能，其詳細內容如下所述。

（一） 按摩推拿保健館

按摩能治療的疾病從廣義說，傷科、內科、外科、兒科中許多疾病都可用它治療。最常用的是治療各種痛症：由於它有舒活筋骨、宣通氣血、活血散瘀消腫止痛以及減輕或緩解肌肉疼痛等作用。臨床上如對腰痛、關節肌肉痛、帶扭挫傷痛、坐骨神經痛、腹痛、胃痛以及消化不好、腦貧血、頭痛、失眠、高血壓、風濕性關節炎、歪頸、歪頭、扭傷、以及經常性的大便秘結等等，都有治療效果。

推拿是推拿師用自己的手或上肢協助病人進行被動運動的一種醫療方法。一般常用的有推、拿、按、摩、掐、滾搖、揉、搓、抖等幾個手法。在患者皮膚肌肉的點、線、面上進



行推拿，創造積極的外因條件，以疏通患者經絡，滑利關節，促使氣血運行，調整臟腑功能，增強人體抗病能力，從而達到治癒病痛的目的。

推拿能改善肌肉、筋腱或韌帶的機能，使人體伸縮活動功能恢復。如骨折、脫臼整復後期及痿促臂的患者，經常進行推拿療法，有利用於患肢功能的逐漸恢復而使動作轉為靈活。若人體內某些腺管或經絡徑路的阻塞現象，可因為推拿而受到衝擊性震盪而疏通。因此，推拿可產生腫脹消退，疼痛減輕或消失等效果，又如推拿某一部位時，常可影響周圍肌群收縮活動，這是肌肉筋腱活動力增強的具體反映，所以推拿療法能改變肌肉鬆弛等現象，並可消除病理狀態，促進正常生理功能和運動機能的恢復。

(二) 氣功保健館

氣功是練“氣”的運動，近年來，北美有人曾對相似於我國氣功療法中的放鬆進行過研究，發現此類鬆弛反應的放鬆功是通過有意識長呼氣，以加強副交感神經、降低交感神經活動為主要特徵，其變化包括耗氧量、血壓、心率、呼吸頻率、動脈血乳酸含量降低等，故氣功可治某些植物性神經功能紊亂疾病。



氣功用以調節生活上的緊張，例如高度注意力集中的工作後，略作氣功，即可鬆弛身心。氣功亦可於臨睡前導引入睡，甚至對高血壓或支氣管哮喘小發作時亦有治療作用。此外，氣功對健康人是防病強身，益壽延年的有效措施。亦適合於一般虛弱性疾病已恢復，處於鞏固階段時練。從治療上說，較宜於高血壓、神經衰弱，更能增強腿、腰背、臂膀、手腕等部的肌肉發達，使其堅韌結實。



《內經》說：“精神內守，病安從來。”這“精神內守”實際上就是內功鍛

鍊的特點。練功要從呼吸鍛鍊入手，但更主要的是使病人在練功中經常處於一種無思無慮、精神內守的狀態，於是病人內部抵抗力就會逐漸增強，疾病逐漸減輕。經過相當時期後，健康就可以恢復，局部病灶也可以痊癒。因此，氣功療法可以說是一種自我鍛鍊的整體療法。它是通過全身健康情況的改善，達到治療某種疾病的目的。

(三) 刮痧保健館

「痧」是民間的習慣叫法。『痧病』是一種夏季常見的疾病，生了這種病的人，在皮膚上可以刮出紫紅色的血斑像是小出血點，健康的人或是患有其他疾病的人，有時也能夠在皮膚上刮出血點，但沒有痧病的深紫點色，而且刮後局部皮膚色素的存留時間也沒有這樣長。



在夏天、秋天，或夏秋之間發生的突然發燒、頭暈、嘔吐、腹瀉或腹痛一類的病症，例如：

- 中暑
- 中熱衰竭
- 飲食不潔食物，腹痛、吐瀉等
- 煩悶不舒服、怕冷、頭昏等症狀



上述病症皆可以透過刮痧減緩身體不適現象。

(四) 針灸拔罐保健館

關於拔罐拔火罐療法，又叫做『吸筒療法』、『竹筒療法』這種療法很久以前就為民間所息用。因為它做法簡單，方便易行。所以，民衆每遇到身體有不舒服的，都喜歡拔拔火罐，拔罐後不僅覺得輕快、舒服，而且往往拔一次火罐病就好了。拔罐治療哪些疾病拔罐能治療的疾病比較廣泛。據民間習慣，凡遇到頭痛、眩暈、咳嗽、氣喘、腹痛、腰背痛、關節痛、扭傷以及婦女月經痛等。另對於感冒、頸痛、頭痛、胸痛、肋間神經痛和肌肉風濕痛等，都有良好的治療效果。

針灸依據人體十二經脈與奇經八脈，認為人體之能量系統乃是存於這些經脈

之中，以現代醫學的觀點，針灸是發揮免疫系統的極致效用。針灸治病，不需要藥物輔佐，直接治療身體之能量體系，無論氣病、血病，皆有極佳效果。針灸不僅能避免藥物所帶來副作用，而且是最符合中醫「自然」之醫術。針灸可以治療一切疑難雜症、內科重症如糖尿病、心臟病、尿毒症等皆有極佳療效。

表 7-13：民俗療法區之目標族群定位表

主題內容	按摩推拿保健館	氣功保健館	刮痧保健館	針灸拔罐保健館
年齡	20~60 歲	30~70 歲	30~70 歲	20~60 歲
性別	不拘	不拘	不拘	不拘

四、 預期效益

現代人工作忙碌，同時面臨諸多生活壓力，導致諸多文明病的問題，舉凡失眠、頭痛以及腸胃不適的現象，這些問題都可以透過民俗療法舒緩神經，減輕身體的病痛，民俗療法區各座保健館將可吸引深受現代文明病所苦的上班族群，到此抒解壓力、消除疲勞。此外，老年人之宿疾亦可以透過民俗療法減緩病痛，進而提昇晚年生活之品質，若與相關養生照護園區相連結，將可以吸引更多老年人口到此尋求身體保健之道。隨著國民所得提高，現代人越來越注重身體保健，而民俗療法亦有「有病治病、無病強身」之效用，加以近年來養生保健蔚為風潮，民俗療法區將能吸引社會大眾目光，若進一步結合嘉義縣市觀光休閒資源，將可以促進觀光客到養生園區消費。從社會福利層面觀之，養生保健民俗療法區之按摩推拿保健館提供視障者工作機會，讓視障者具有獨立謀生的能力，達到人盡其才，進而增進社會福利。

第四節 健身美容舒活區

一、 目的

健身美容舒活區在養生產業分類中，屬於休閒保健之一環，養生產品定位在三十歲以上人口。現在健康意識抬頭，許多人在工作之餘也開始從事各項休閒運

動，其中最熱門的當屬健身房、SPA 水療等，這類休閒與運動兼具的健身活動，尤其是在地小人稠的都會市中心，強調集休閒、運動、養身與美容合而為一的全功能性健身中心大受歡迎，也比較迎合一般大眾的各式休閒需求。

二、 功能

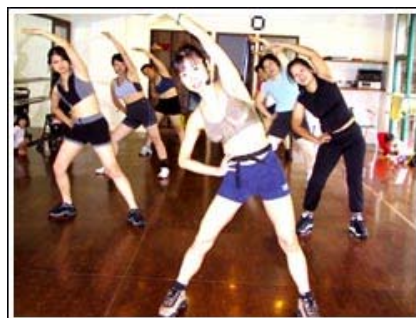
SPA 水療主要藉由高處水流沖刷下來的壓力，可刺激按摩穴道及筋骨，即可達到物理按摩的效果。跳健康舞、緩步跑、踏單車、游泳或一些球類運動等屬於帶氧運動，帶氧運動是指任何中度或強度及讓你持續做一斷時間（至少十五分鐘）的活動。帶氧運動更能令你的心跳加速，達致最高心跳率的 60%至 70%。

三、 規劃內容

健身美容舒活區以吸引較年輕及女性族群為目標，可發展的項目如：健身房、SPA 水療館、舞蹈教室、游泳池等，詳細說明如下：

(一) 健身房與舞蹈教室

健身房與舞蹈這項休閒運動可使身體各個部位的關節、韌帶及肌肉得到鍛煉，更能促進心血管系統和呼吸系統健康發展，大大提高人體的有氧代謝功能，從而達到減肥、美體、健身的目的。



健身以及舞蹈運動不單可減少脂肪積聚，降低血壓，而且更可增強心肺功能，可謂一舉三得。其最大的好處是讓心肺系統為了提供足夠的氧量到運動細胞，而自動地提升攜氧的效率。久而久之，肌肉耗氧能力增加，心臟亦變得更強健。

(二) SPA 水療設施



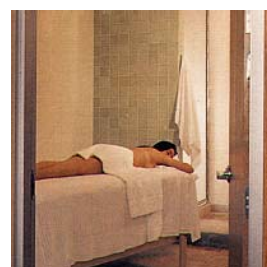
近年來，以水療為名的養生溫泉、水療休閒館或三溫暖等場所林立，利用高處下沖的水柱來按摩穴道及筋骨，越來越受現代人的歡迎。除了有類似按摩浴缸的汽泡水池外，許多水療休閒館、SPA 或三溫暖等，多

半附設水柱沖刷或瀑布浴設備；藉由高處水流沖刷下來的壓力，可刺激按摩穴道及筋骨，即可達到物理按摩的效果。

對於工作壓力繁重的現代人而言，SPA 水療可說是另一種舒緩壓力的新選擇，SPA 水療館又可以配合中藥材，成為所謂「藥草浴」，浴池中加入具有養生功能的藥草，不僅單純透過 SPA 按摩筋骨，中藥材經由皮膚吸收，亦有養生療效。

(三) 芳療美容塑身房

近年來，國內外皆非常流行藉由植物提煉之精油所發展的芳香療法，目的不僅只是身心的舒暢也強調心靈的平靜與放鬆。同時，在經由專業按摩師進行美體塑身按摩，讓來此消費的群眾能得到身心靈的享受也獲得容光煥發的儀容。



(四) 游泳池

游泳是一項很好的練氣和舒展身心的運動，比單純健身效果還好，因為水具有舒緩心境的效用，非常有益於身心健康，而且針對老年人而言，劇烈的運動容易引起運動傷害，而游泳運動較為緩和，運動傷害相對較低，因此游泳是一項適合老年人的運動。

表 7-14：健身美容舒活區之目標族群定位表

主題內容	健身房與舞蹈教室	SPA 水療設施	芳療美容塑身房	游泳池
年齡	18~50 歲	不拘	18~50 歲	不拘
性別	不拘	女性為主	女性為主	不拘

四、 預期效益

健身美容舒活區的設置，主要針對年輕族群，由於現代生活過於忙碌，壓迫到運動時間，透過健身房、游泳池的設置，可以在都市環境中提供運動空間，吸引年輕上班族到健康生活專區來消費。此外，並非每一樣運動皆適合老年人，老

年人因為身體機能退化，必須選擇較為緩和運動，諸如：步行、高爾夫球、槌球、游泳等運動，因此，健康生活專區的游泳池設置，不僅吸引年輕人來游泳，同樣也會帶來許多老年人口來此運動。

第五節 養生活力美食區

一、 目的

藥膳餐飲在養生產業分類中，歸類於養生食療，其產品定位在三十歲以上人口。由於消費者健康意識之提升及日益趨向高齡化社會，各種保健機能性食品因應而生，國人透過這些食品改善健康狀況並預防疾病，設立養生活力美食區將滿足民衆對於健康飲食的需求，並且教導民衆正確的養生飲食觀念。

二、 功能



隨著消費意識的提高及生活水準的提升、消費習慣與型態的轉變，現今對飲食的要求已不再只是圖溫飽，而是要求精緻且能吃的健康。藥膳餐飲不僅提供營養素以達生理需求之外，還兼具機能性功能的優勢，例如：具有抗衰老、促進新陳代謝、減肥、延年益壽等，各項強身的養生效果，所以近年來已漸受國內外消費者青睞。

三、 規劃內容

將養生食材融入餐飲之中，發展出所謂的藥膳餐飲，可建議廠商發展有特色的主題性藥膳餐廳，如複合式餐飲、中式藥膳餐廳、西式料理餐廳，詳細內容如下：

(一) 複合式生機餐飲

複合式餐飲主要運用有機蔬果發展的生機飲食，生機飲食乃是源自於國外的概念，一般常見的型態除了有



機水果的直接食用，有製成各式沙拉、三明治及各種蔬果汁等。生機飲食的好處是減少污染，目的在食用到最乾淨、最有能量的食物，以增加人們的免疫力，使身體更健康、精力充沛；同時生機飲食的好處之一是可幫助排除體內聚集多年的毒素，治療許多疾病。因此，生機飲食也是目前相當風行的養生良方之一。

(二) 中式藥膳餐廳

飲食結合中草藥方，進而發展藥膳食療，具有健身養神之效用，而傳統藥膳食補由來已久，從古代皇室養生膳食到民間百姓強身食補，中國餐飲結合中草藥的菜式和型態，已累積出具有相當的經驗。藥膳餐飲不受季節性影響，不論春夏秋冬皆可進補，並且針對不同生理需求，有不同的藥膳食譜，耳熟能詳的藥膳食補有：



四神湯、十全大補湯、薑母鴨等等。若能透過養生園區的開發，將這些傳統藥膳餐飲精緻化並且適度的行銷包裝，則藥膳餐飲發展潛力無窮。

(三) 西式料理餐廳

諸多西方香草類皆可當作食材，舉凡薰衣草、馬鞭草、迷迭香等等香草植物，這類香草植物有些具有消除疲勞、安定神經療效。近年來香草植物當作餐飲店之花茶飲品，許多賣場也有販售這類乾燥香草植物，可見民衆對於這類西式食材接受度與喜好度與日俱增，而以香草植物當作料理的餐廳雖不多見，卻已經逐漸興起，若在養生園區能開發這類特色餐廳，將會吸引時尚年輕族群到此消費。



表 7-15：養生活力美食區之目標族群定位表

主題內容	複合式生機餐飲	中式藥膳餐廳	西式料理餐廳
年齡	不拘	30 歲以上為主	不拘
性別	不拘（女性族群為主）	不拘	不拘

四、 預期效益

現今對飲食的要求已不再只是圖溫飽，隨著消費意識的提高及生活水準的提升、消費習慣與型態的轉變，餐飲不僅要求精緻而且能吃出健康，因此，藥膳餐飲不僅提供營養素以達生理需求之外，還兼具機能性功能的優勢。養生活力美食區針對不同族群開發多樣化的健康飲食，以老年人為例，這類族群注重舒筋活骨、血脈暢通等食補療效，適合中國傳統藥膳飲食，工作繁忙的上班族平日應酬多，難免攝取過多營養，這類族群的需求就會偏向生機飲食，而時下年輕人則會偏重西式的香草料理。藥膳餐飲若能進駐養生園區，則將吸引諸多民衆到此消費，讓養生飲食成為一股風潮。

第六節 地方特色健康物產展售區

一、 目的

在多功能健康生活園區中，此區的設置是提供在此消費的民衆也能有購物的樂趣，主要提供養生健康的產品和符合嘉義市文化精神的藝品，並藉由生技公司招商的聚集以提升園區的知名度和形象。

二、 功能

- 提供來此消費民衆能享有多重購物樂趣。
- 讓消費民衆能買到具有健康功能、養生療效的產品。
- 間接地教育消費和觀光民衆對嘉義市特有文化藝術的認識。



三、 規劃內容

本區的規劃主要是以嘉義市當地特色物產為主，主要包括了具有地方特色的養生產品、各類健康食品 and 導入文化創意的嘉義市特有藝品等三方向的產品為主。以下分述之：

- (一) 具有地方特色的養生產品：與嘉義大學產學合作，導入「民生生物科技

技術」發展有益健康的養生產品，例如：阿里山茶葉或其他重點培植的中草藥附加產品。

(二) **各類健康食品**：國內有許多生技公司，皆以研發對人體有益的各项健康食品，建議在此招商聚集，以產生產業群聚的效應，建立養生印象與嘉義市形象的結合。

(三) **嘉義市特有之藝品**：可做為最好推廣通路與展示中心，提供來此觀光和消費民衆能有一次購足的便利，並對嘉義市的文化有更深的認識。因此，對嘉義市而言，全台第一的交趾陶、木雕特色產品、石猴石雕...等藝品，將是融合藝術與商品化的最佳選擇。



表 7-16：地方特色健康物產展售區之目標族群定位表

主題內容	具有地方特色的養生產品	各類健康食品	嘉義市特有之藝品
年齡	不拘	不拘	不拘
性別	不拘	不拘	不拘

四、 預期效益

本區的規劃，所帶來的效益不僅是吸引觀光和消費人潮，針對外地觀光消費民衆和嘉義市本地居民一個同時兼具養生健康、文化展示和休閒購物的新選擇。而且不同的年齡層和性別都能享受符合其需求的購物樂趣，具有集客和留客的效果。對當地產業發展而言，亦能帶動嘉義市當地之民生生物科技技術業、傳統技藝產業及其他相關產業發展。有形的消費收益和無形的知名度提升均是本區規劃之預期效益。

第七節 科技醫療養生區

一、 目的

本區之規劃，以醫療結合休閒為主要的發展概念，推廣預防醫學達到延年益壽的養生目的。現代人因物質享受豐富，加上沒有刻意的維持運動習慣，常會因年齡的增加，而出現一些慢性疾病或健康危機。因此為預防發生疾病，固定的全身健康檢查是現代人每年的例行公事，讓消費群眾在此做健檢也能享受舒適、隱密的環境是複合式健檢中心的目标。在女性消費市場上，預防醫學更含括防老的美容、整型、塑身等範圍，也是此區發展的另一規劃方向。



二、 功能

- 提供專業、隱密、舒適的健康檢查與諮詢服務。
- 提供美容、專業整型的專業醫學服務。
- 提供同時兼具休養與渡假功能的服務。

三、 規劃內容

由於嘉義市本身具有豐富的醫療資源，因此，利用既有的優勢為基礎，本區之規劃可以推廣預防醫學達到延年益壽、防老為目的的相關養生活動。目前的規劃主要可分為三個部份：

- (一) **健檢休閒中心**：將專業醫療檢查與休閒服務結合，使健康檢查的過程能更人性化而非冰冷儀器的接觸而已。讓健檢者能在舒適、愉悅、隱私的空間中，達到放鬆身心與健康檢查、關心身體的雙重目的。
- (二) **醫學美容中心**：利用先進的美容儀器與整型技術，讓此區提供女性另一消費選擇，針對臉部美容保養、膚質改善、塑身減肥等涉及專業醫



學美容領域的服務。如同健檢休閒中心，一樣保有舒適的特性和隱密的私人空間。

- (三) **輔具展覽館**：若未來嘉義市之製造業有欲轉型為輔具製造業的規劃，則設有輔具展覽館有提升廠商知名度及了解其特色的效益。同時，對於輔具推廣與使用上也有教育功能。

表 7-17：科技醫療養生區之目標族群定位表

主題內容	健檢休閒中心	醫學美容中心	輔具展覽館
年齡	40 歲以上	20~45 歲為主	不拘
性別	不拘	女性為主	不拘

四、 預期效益

本區以充份發揮嘉義市之醫療資源，產生具有養生精神的預防醫學為主的規劃，預期效益除了帶來潛在商機與就業機會之外，更能建立起養生園區提供多元化、多功能的服務與機能，使養生文化的印象更深植在嘉義市的形象之中。

第八節 健康步道休閒區

一、 目的

本區規劃之目的是提供在多功能健康生活園區中，另一結合景觀與戶外的活動空間，與養生主題公園為園區之兩端，本區之規劃是重視人與環境互動，在心靈、精神層面的養生程度較高，使觀光遊憩與養生文化充份融合。

二、 功能

- 提供各年齡層的觀光客及在地居民一處能遊憩、感受心靈開闊的戶外場所。
- 能更強化多功能健康生活園區之特色與吸引力。
- 能嘉義市之傳統農業能有一轉型與發揮之舞台。

三、 規劃內容

此健康步道休閒區之規劃是結合當地景觀。可朝以下方向設計：

(一) **設置安全完善的休閒步道和戶外運動設施**：能提供各個年齡層的家人、朋友在此休憩、觀光、運動的機能，且戶外的運動設施，能針對年紀較小的小朋友做一些遊樂設備，能讓父母陪同小孩在此休閒區休憩和遊玩。

(二) **設置小型的戶外舞台**：於假日時，提供樂團與街頭表演者的現場音樂演奏或是學校及社會社團表演，對於來此養生園區的民衆，更能感受到景色與音樂交融的自然心靈療法。同時，也能增加人潮聚集，提供另一戶外場所的養生選擇。



(三) **建立蘭花培育及生技應用溫室中心**：與嘉義大學產學合作，能將生物科技技術所應用之栽培植物與蘭花培育中心設置於此，不僅增加觀光景點，也使得嘉義市傳統農業能轉型成具有特色的高經濟生技產業。



表 7-18：健康步道休閒區之目標族群定位表

主題內容	休閒步道和戶外運動設施	小型的戶外舞台	蘭花培育及生技應用溫室中心
年齡	不拘	不拘	不拘
性別	不拘	不拘	不拘

四、 預期效益

本區規劃之預期效益，是豐富養生園區的多元性，更具養生文化內涵，使此多功能健康生活園區所提供之功能趨於完整，對吸引人潮與強化嘉義市特色產業的整體印象皆具有加分效果。

第八章 嘉義市特色產業之推動策略

嘉義市特色產業之推動，有賴專責單位從事產業招商，並對消費大眾進行行銷推廣。為統一事權，建立單一服務窗口資訊平台，本計畫建議市府廣邀產官學研等專業人士，成立「嘉義市特色產業專案推動辦公室」之任務編組的專責單位，下設「養生園區管理組」、「法規研究暨服務組」、「行銷推廣組」、「經營輔導組」、「行政組」。其中，養生園區管理組負責督導養生園區之規劃、興建和營運，行銷推廣組與經營輔導組主要輔導多功能健康生活園區內之廠商，協助民間養生產業育成方面。行銷推廣則是配合多功能健康生活園區之設置，強調各項行銷計畫之構思與研擬，打開嘉義市養生產業的知名度。

第一節 單一服務窗口資訊平台

-嘉義市特色產業專案推動辦公室

產業的財富蘊藏在民間，尤其民間機構中有許多專業人才，政府公部門應該是協助產業環境健全發展。在協助民間養生產業育成方面，包括經營能力的養成、培育相關專業人才、研議各項法令以及建構平台，提供諮詢服務等。

就上述公部門角色而言，為落實推動養生產業發展計畫，透過專案管理、專責的精神，嘉義市政府「特色產業專案推動辦公室」針對多功能健康生活園區內之現有廠商加以輔導，提供激勵誘因促使園區內既有廠商加入市府輔導之行列，逐步更動產品及服務內容，朝向養生相關產業發展。因此，市府必須釋出足夠獎勵措施，包括租稅優惠、研議相關法律配合、以及輔導廠商具備經營養生產業之能力，市府公部門提供諮詢與輔導服務，主要經由行政執行與方案實施，逐步建構養生產業的經營環境與輔導機制，並且提供專業諮詢服務，創造合於養生產業發展的環境。

特色產業專案推動辦公室接受「嘉義市特色產業發展委員會」之政策指導，如圖 8-1 所示，並設立單一窗口，加速行政效率，提供廠商相關業務諮詢與辦理，圖 8-2 為單一窗口示意圖。以下就委員會及各組工作內容說明如下：

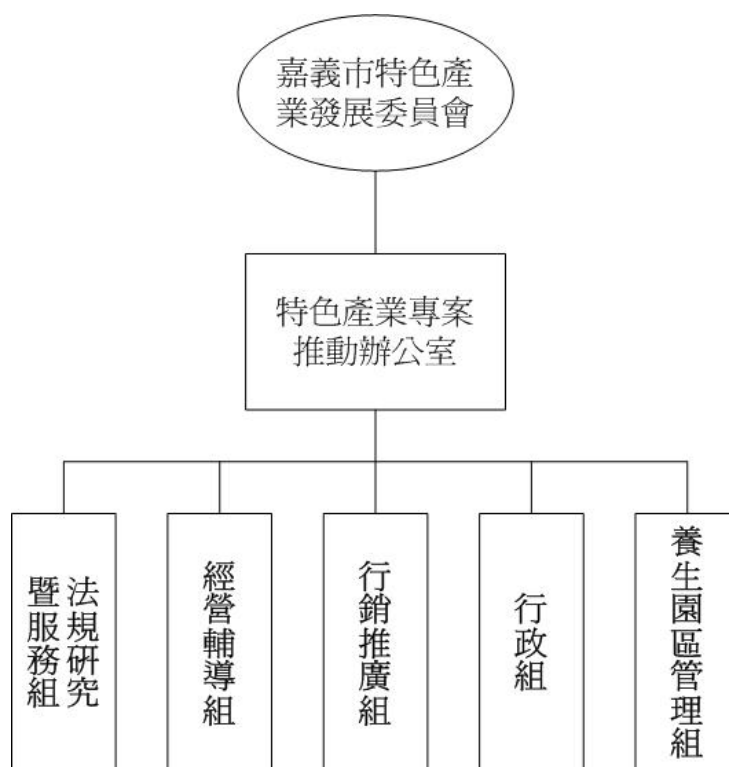


圖 8-1：特色產業專案推動辦公室組織架構圖

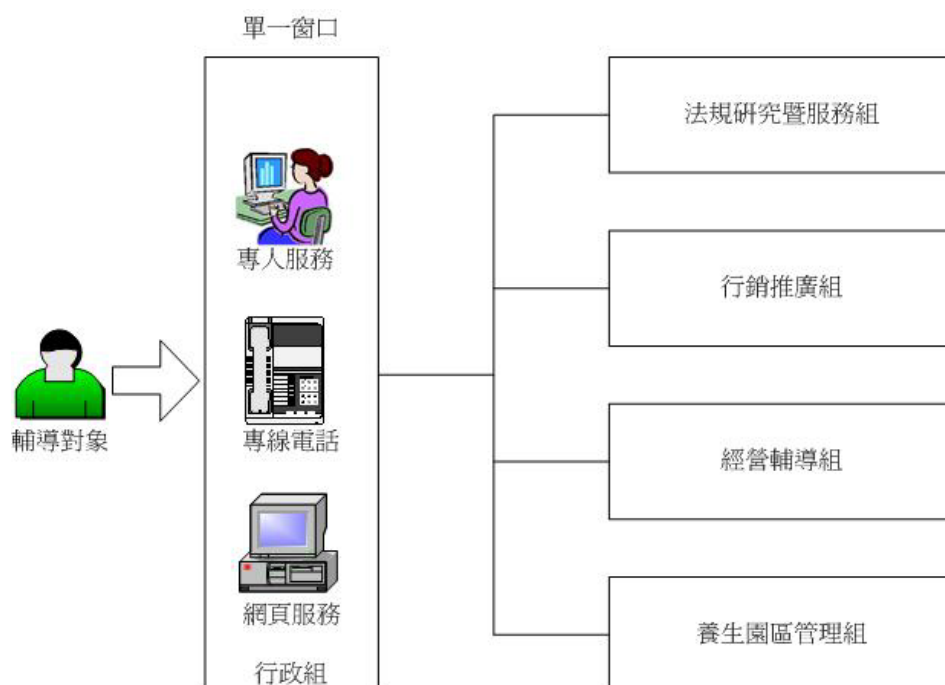


圖 8-2：單一窗口示意圖

一、嘉義市特色產業發展委員會

委員會之委員由市府各局室首長組成，納入業界人士、學術單位的研究機構等，共同規劃特色產業未來發展方向，整合市府各部門資源，制訂特色產業發展決策，交付專案推動辦公室執行。

二、法規研究暨服務組

該組工作要點乃是配合養生產業設置，在地方自治條例的精神下，研議各項法制規章，並且提供民衆與業者法律諮詢服務與法律知識養成，進而適度予以各項行政作業之協助。其相關工作內容如下：

(一) 法規制度研議業務

本項業務以專業法律顧問團為主軸，配合養生產業之落實研議相關法律。

(二) 法律諮詢服務

- 日常性提供業界及民衆法律諮詢服務。
- 配合律師志工團之運作，轉介民衆之案件。

(三) 教育訓練舉辦

配合推廣培育組進行人力培育課程。

(四) 各項行政協助

預備各式行政、訴訟書及樣本提供民衆書寫與代辦服務。

三、經營輔導組

該組主要培育養生產業企業家，協助有意從事養生相關產業之民衆創業，此外尚須建立企業家交流平台，吸引投資、創造商機，以及舉辦各類論壇與說明會，達到政策宣傳與落實之目的，此外，尚有整備國內現有養生產業專業輔導環境，規劃產業經營輔導計畫，建構優勢的財稅支援政策。其相關執行項目如下：

(一) 創業與經營者的培育

可分為養生產業企業家之培育與養生產業經營管理之培育，前者主要培育有意創立養生產業之企業家或個人，培育課程內容強調創業規劃、計畫書撰寫、經營管理、政府資源取得、勞基法及創業之法律問題、市場資訊取得與運用等。後者培育對象則是養生產業之一般工作者，培育課程包含經營管理、勞基法與政府資源的取得與運用，其中涵蓋政府資源的取得流程、計畫書撰寫等。

（二）建立企業家平台

- 成立企業家俱樂部
- 架設企業家交流網站
- 推動投資媒合、促進異業結盟
- 辦理經驗交流座談會及年度大型參訪活動

（三）各類論壇及說明會之舉辦

（四）將舉辦成果發表暨研討會，探討養生產業專案中心之成效及改進對策。

（五）整備嘉義市現有養生產業專業輔導環境

建立養生產業諮詢服務窗口，提供養生產業業者經營管理、租稅優惠、融資貸款之單一窗口服務。並且邀請國內養生產業相關之團體、企業、個人與政府單位參與論壇活動，期使整合機制達到共識。此外，尚須觀察記錄服務對象之基本資料，建立精確有效分析模式，提供日後客觀之輔導作業與解決方案。

（六）產業經營輔導

- 產業診斷作業
- 協助「企業化」輔導方案
- 跨局室輔導機制設立經營輔導顧問團

（七）優勢的財稅支援政策

透過嘉義市政府幫助企業協尋銀行、創業者洽談融資合作事宜，建立養生產業業者與金融機構、創業者合作模式。依據嘉義市招商獎勵投資實施要點，相關租稅優惠內容包括：給與補助設置用地之地價稅及房屋稅、五年免徵營利所得以及建物和土地租金之補助。

四、行銷推廣組

該組工作要點在於蒐集養生產業發展資料、市場供需情報以及政府採購公報，並且協助配置行銷通路，推行養生產業於嘉義市生根、成長，此外，尚須彙整企業贊助資源，協助媒合機會。其相關工作內容如下：

- （一）建立養生產業基礎資料，包括從事養生產業之相關業者、經紀商、贊助企業與器材租借等四類資料。
- （二）市場情報著重動態資訊的提供與趨勢之預測，提供最新的一手資訊。

(三)彙整與養生產業相關之政府採購公報，方便業者直接登入查詢。

(四)建立贊助者關係脈絡，配合養生業者資料庫，以建立線上及實體媒合機制。

五、行政組

提供單一窗口服務，並負責協調專案推動辦公室相關行政業務。單一窗口服務對象主要提供諮詢服務給有意願投資養生產業的業者與民衆，以及提供相關產業設立的輔導措施。主要服務項目包括設置專人提供專業諮詢服務，以及設置專線電話、專屬網頁，不僅主動在網頁公布相關活動訊息、輔導方案，設置專線電話也可以及時回應企業或民衆相關問題。

六、養生園區管理組

養生園區管理組研擬養生園區開發、興建與營運流程，短期可以整合民間既有安養中心與照護中心之資源，推動認證機制，為養生產業邁出第一步，長期而言，市府可以評選閒置且適宜土地進行規劃開發養生園區。

第二節 多功能健康生活園區之推動方案

多功能健康生活園區分為「養生園區」、「養生主題公園」、「民俗療法區」、「健身美容舒活區」、「養生活力美食區」、「地方特色健康物產展售區」、「科技醫療養生區」和「健康步道休閒區」共有八大主題。其中，養生園區除了整合民間現有安養與照護中心以外，市府亦可自行開發養生園區，然而為了促使市府有限資源達到最有效配置，以及提昇經營效率，必須考量養生園區之各類型營運模式。此外，養生主題公園與健康步道休閒區同樣有賴公部門由現有休閒遊憩資源加以改造利用，剩餘五大類主題，則是界定由民間企業自行營業項目，對於有意加入養生產業行列之商家予以獎勵投資、租稅優惠與認證輔導等方式，提供相當誘因吸引既有與潛在商家轉型再造，實現大嘉義健康生活園區之願景。

一、養生園區之營運模式計畫

市府自行開發之養生園區，其營運型態應透過產官學研共同集思廣益、審慎評估，各類經營型態、開發方式與優缺點如下表所示。由下表可知，養生園區的經營型態主要為政府自營、O.T. (Operate-Transfer)、B.O.T. (Build-Operate-Transfer)、B.O.O. (Build-Operate-Own)、B.T.O.

(Build-Transfer-Operate)、公辦民營、第三部門非營利事業組織等經營方式。若以擷節政府支出、減少政府財政負擔、提昇營運效率為前提，則 O.T.、B.O.T.、B.O.O.、公辦民營為較適宜之營運模式。茲將四個經營模式分析如下：

表 8-1：各經營型態、開發方式、優缺點比較表

項目	各資產所有權	營運經營權/期限	監督管理權	營運風險承擔	優點	缺點
政府自營	土地：政府 建物：政府 設施：政府	政府/ 永久	政府	政府	<ul style="list-style-type: none"> ● 較能配合政府政策之推動。 ● 較重視社會責任與社會福利目標。 ● 組織穩定性高。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 決策過程緩慢。 ● 利潤觀念薄弱。 ● 地方政府財源拮据，且增加人事財務負擔。 ● 不符合企業經營原則，經營僵化。
O.T.	土地：政府 建物：政府 設施：營運期間交由民間管理	民間/ 特許 年期	政府	民間、 政府	<ul style="list-style-type: none"> ● 土地所有權人可依其規劃目標及原則，作整體的開發 ● 民間業者可以降低資金與營建風險的壓力。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 土地所有權人須負擔龐大資金。 ● 土地所有權人只將土地出租給開發經營商，與 B.O.T. 制度相較，開發方式受限，較不具彈性。
B.O.T.	土地：政府 建物：由民間代為興建及營運屆期返還政府 設施：營運期間交由民間管理	民間/ 特許 年期	政府	民間、 政府	<ul style="list-style-type: none"> ● 可減少資金及開發風險壓力，並且有效引進民間資源，共享開發利益。 ● 民間業者須承受建造期之主要風險，政府得以依固定成本與預定日期完成建設。 ● 延長政府對該公共建設之財務支出，使政府可同時推動多項建設。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 土地所有權人失去契約期間的經營權，且若開發中途失敗，土地所有權人將面臨承接的問題。 ● 民間業者承擔建造期及營運期之風險，因此需要足夠誘因，始能吸引民間投資。 ● 因民間業者受到籌資能力之限制，因此財務計畫應對成本及未來營收之估計預測具有可信度及償債能力。

					<ul style="list-style-type: none"> ● 民間業者在政府監督下，藉由民間業者管理技術以提昇公共建設計劃之進行效率。 ● 政府可延後承擔營運之風險，並提前研擬解決方案。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 政府如何處理營運失敗衍生問題，為一重要之潛在風險與課題。 ● 並非每項公共建設皆適合以 B.O.T. 方法興建。
B.T.O.	土地：政府 建物：政府興建 設施：交由民間管理	民間/ 特許 年期	政府	民間、 政府	<ul style="list-style-type: none"> ● 土地所有權人可以依其規劃目標與原則，做整體的開發，另一方面可獨享未來的開發利益。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 土地所有權人須負擔龐大資金壓力，且興建過程中及未來營運不確定風險都需自行承擔。
B.O.O.	土地：民間 建物：民間自行建築 設施：由民間經營	民間/ 永久	政府	政府	<ul style="list-style-type: none"> ● 土地所有權人無須負擔資金及開發成敗的風險，同時可分享開發利潤。 ● 業者須自行承擔計畫之成敗，而政府僅立於監督之責。 ● 民間自籌建設資金，政府無財政支出。 ● 貸款銀行為確保債權，將適度了解工作進度，間接可協助政府監督業者。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 土地所有權人將土地所有權給予開發商後，即失去開發及經營權 ● 由於此類開發計劃民間業者須負擔所有風險，因此計劃開發之利潤須達一定水準以上，方有業者願意參與投資開發。 ● 此公共建設適合採用 B.O.O. 開發方式之投資項目有限。
公辦民營： 委託經營	土地：政府 建物：政府 設施：政府委託民間代為營運	民間/ 特許 年期	政府	政府、 民間	<ul style="list-style-type: none"> ● 產權政府所有，僅管理權出租。 ● 管理程式可簡化。 ● 政府租金收入穩定。 ● 專業經營。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 政府間接監督。 ● 政府仍需負擔龐大的財務負擔，招標程式較繁瑣。

公辦民營：聯合經營	土地：政府 建物：政府 設施：政府、民間	政府 民間/ 永久	政府	政府、 民間	<ul style="list-style-type: none"> ● 既能保持效率經營，又能使政府控制公司的經營政策。 ● 共同分擔開發經營風險。 ● 經營企業化投資意願高。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 政府所佔股份比例不易釐定。 ● 民股較能發揮應有的效果與作用。 ● 公私經營目標如不明顯，常易導致組織結構不當、經營管理策略不清晰等諸多管理問題。
公辦民營：承租用地經營	土地：政府 建物：政府 設施：民間 經由承租經營	民間/ 特許 年期	政府	政府、 民間	<ul style="list-style-type: none"> ● 政府保有所有權，且民間企業較能獨立自主經營。 ● 租金收入穩定可增加政府財源。 ● 年限屆滿可無償取得地上物，免負擔開發費用。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 私人投資成本高時，容易以營利為目的，忽視公共安全、公共利益。 ● 招標程式較繁瑣。

(一)採取 O.T.方式委託民間機構參與

政府提供合適之土地，將園區整地且興建公共設施，配合養生產業作園區整體規劃，完成主要建物之建設，透過可行性評估和先期規劃及公告程序，遴選最合適經營之團隊，於特許期間之內交付經營，期限屆滿營運權返還政府。於申請須知及契約內容須約定養生產業之必要執行項目，有鑑於養生產業範疇廣闊，應同意民間機構分包或異業結盟共同創造養生園區。

養生園區管理組所扮演之角色著重在於養生園區之初期發展角色，主要工作為選擇合適的園區地點、進行園區整體規劃和興建、以及經營團隊的遴選。

(二)採取 B.O.T 方式委託民間機構參與

由政府提供合適之土地，並且遴選合適經營之團隊，並且由民間代為興建相關建物，於特許期間之內交付經營，期限屆滿營運權以及建物返還政府。

養生園區管理組所扮演之角色除著重在於養生園區之初期發展角色，主要工作為選擇合適的園區地點、經營團隊的遴選外，並且注重經營團隊的籌資能力，

以降低營運失敗的風險。

(三)採取 B.O.O.方式委託民間機構參與

由民間自行取得土地並興建相關建物，營運權以及建物永久屬於經營團隊。業者自行承擔計畫之成敗，政府僅立於監督之角色。

養生園區管理組所扮演之角色著重在於選擇養生園區地點、擬定經營團隊之進駐條件，並且提供行政服務，排除團隊之營運障礙。

(四)採取公辦民營方式委託民間機構參與

政府提供合適之土地，將園區整地且興建公共設施，配合養生產業作園區整體規劃，完成主要建物之建設，並且和民間團體共同出資聯合經營，或僅辦理委託經營收取租金或由民間機構承租用地經營都是可行且簡單的辦法。

養生園區管理組所扮演之角色包含選擇合適的園區地點、進行園區整體規劃和興建、以及經營團隊的遴選，更重要的事，政府尚須建立經營團隊，以配合民間團體共同運作。

為了讓嘉義市發展健全之養生產業，市政府應該以產業輔導以及行政協助角度切入，盡可能淡化政府之角色，減少不必要之干預，由民間團體自行運作，達到產業自由競爭的市場，如此才能夠提供民衆最佳的服務以及產業競爭力。基於上述，B.O.T.或 B.O.O 為合適的經營模式，市政府之養生園區管理組角色類似當今科學園區管理局，其工作項目涵蓋：

- 1.於產業發展初期評估選定合適的園區位址，規劃園區發展藍圖，興建公共設施，諸如：埋設水電管線、興建下水道與連外道路，
- 2.擬定進駐廠商的規範限制，讓合於養生園區發展規劃的廠商得以進駐和自行設計規劃建物，因此可以避免 O.T.或公辦民營由政府部門完成相關建物，卻不合乎經營團隊之營業使用。
- 3.養生園區管理室必須擔任產業先鋒者，排除進駐廠商的經營障礙，建請議會研議相關法律、廢除不合時宜之地方方法條，提供投資獎勵與租稅優惠等誘因。

此外，採取 B.O.O.經營方式政府無需承擔民間機構經營失敗之風險。由於 O.T.、B.O.T.與公辦民營等方式皆授與民間機構於特許期間之內營運經營權，若民間機構於特許期間之內經營無效率，抑或經營項目未符合民衆之需求，政府將無法立即收回營運權，因此政府需承擔經營失敗之風險。然而，B.O.O.經營方式採取較開放的市場，進駐園區之廠商彼此自由競爭，進駐廠商若是經營無效率或者提供之服務與產品不能滿足民衆之需求，自然慘遭競爭市場淘汰，因此，養生產業之環境也較為健全。

二、養生主題公園與健康休閒步道之推動方案

養生主題公園以現有嘉義公園為基礎設施，結合植物園作整體規劃，相關推動方案如下：

- (一) 變更公園現有花卉樣式，重新規劃種植中草藥花圃與香草植物花圃，設計參觀動線，並且設立解說告示牌，明確標示各類中草藥植物與香草植物的習性、產地、療效與食用方法。
- (二) 與鄰近大專院校合作，招募學生擔任義工，於例假日以及養生產業相關節慶活動負責導覽解說工作，解說內容主要針對嘉義市歷史、中草藥與香草植物導覽介紹。
- (三) 配合社區大學課程，定時於公園內教導太極拳、氣功等，相關養生運動，並且邀請市民共同參與，利用早晨或傍晚定時集會，形成一股養生運動風氣。

健康休閒步道以現有蘭潭鄰近登山步道為基礎，進行適當規劃與整修，具體推動方案如下：

- (一) 增闢多條休閒步道與健康步道，規劃親子遊樂設施，提供市民假日闔家出遊踏青的新選擇。
- (二) 規劃表演舞台，並且邀請表演團體於例假日演出，表演內容可以朝向養生健康操的教導或者太極拳表演，兼具寓教於樂之功效。
- (三) 與鄰近大專院校合作，於該區設置蘭花花卉研究中心，吸引更多民衆到此遊憩賞花，將傳統農業轉型為高經濟價值花卉產業。

多功能健康生活園區之「民俗療法區」、「健身美容舒活區」、「養生活力美食區」、「地方特色健康物產展售區」、「科技醫療養生區」等五大主題乃是以規劃特定區方式，輔導特定區內現有商家予以轉型。

多功能健康生活園區以「溫馨家園、健康城市」為中心的想法，結合嘉義市特有之意象塑造成為形象商圈，其意象營造之內容包含：

- 入口意象解說牌的製作。
- 道路指引系統和植栽意象。
- 街道和人行步道的意象營造。
- 商店招牌統一樣式。

三、民俗療法區、健身美容舒活區、養生活力美食區、地方特色健康物產展售區、科技醫療養生區之推動方案

民俗療法區、健身美容舒活區、養生活力美食區、地方特色健康物產展售區、科技醫療養生區，這五大主題施行有賴公部門輔導，獎勵民間業者投資興建養生產業相關之消費商店。公部門研擬「租稅優惠、獎勵投資」、「培育訓練、創新育成」、「形象商圈、推動認證」等誘因吸引民間商家進駐多功能健康生活園區。

（一）租稅優惠、獎勵投資

市府提供租稅誘因，多功能健康生活園區內之進駐商家於特定期間內給予租稅減免或者租稅優惠措施，並且商家適用國民旅遊卡，以吸引公務人員到此消費。

（二）培育訓練、創新育成

市府結合產官學研，推行養生產業之教育培訓，主要課程著重養生產業之經營管理、行銷企畫等，此外，市府建立資訊平台，協助業者市場資訊取得與運用等。

此外，配合鄰近學術單位之育成中心，協助廠商進駐育成中心，提昇業者產品研發與創新能力，諸如：生物科技食品的研發、輔具之設計製造，提高業者產品的市場競爭力。

(三) 形象商圈、推動認證

推動多功能健康生活園區內之認證制度，在多功能健康生活園區之民俗療法、餐飲食品、美容保健等商家，由嘉義市特色產業管理局與市府其他部門合作，授與養生研習證明或給予資格。認證制度施行可以特色產業專案推動辦公室或者委外公正第三者舉辦各項研習課程，鼓勵業者參與，修畢或經過測驗合格者，頒與結業證書及認證資格。

推行認證制度另一項優點可以帶給民衆信賴感，並且提昇專業形象，對於通過認證的廠商，消費者對其產品或服務品質將更具信心，更樂於到這些廠商消費。同時，認證制度也可以刺激廠商努力提昇自我水準，達到良性競爭之目的。

此外，將養生產業資源與嘉義市觀光休閒特色整合建立多功能健康生活園區識別系統，進駐多功能健康生活園區的商家以此識別標誌對外行銷。多功能健康生活園區識別系統可以透過市民徵稿評審方式，決定識別標誌，不僅免除委外設計的費用，透過徵稿宣傳，也可以讓市民瞭解養生產業之特色，進而落實養生產業之政策推行。

第九章 嘉義市特色產業之推廣暨 城市品牌行銷

嘉義市在發展特色產業的推動過程中，首先由嘉義市政府以公部門角色，研擬相關配合的自治條例，並成立「嘉義市特色產業專案推動辦公室」以推動能依法公正執行的特色產業推展平台。後續的推廣活動則是以行銷的角度來思考如何推動嘉義市之特色產業，不僅能使養生產業真正地在地落實深根，也期望能與嘉義市的城市品牌形象相融結合，提高知名度與能見度。本章即探討近年來，國內外地方政府在欲推動當地特色產業及定位城市品牌形象時，成效斐然的行銷方式—藉由節慶活動所吸引的大量觀光人潮，來推動當地特色產業發展和城市形象行銷。

本章共分為三節，分別討論節慶活動的相關文獻、國內各縣市節慶活動之分析，及嘉義市未來以節慶活動推廣特色產業之行銷參考計劃。

第一節 節慶活動與行銷推廣之探討

本節首先探討何謂節慶活動之定義及功能，並利用節慶活動的方式，透過公共關係、事件行銷及媒體策略進行產業及城市行銷。以下分別將上述內容，做一文獻分析：

一、節慶活動的定義

近年來，國內外的許多城市和地方，皆藉由節慶活動的方式，帶動觀光人潮，進一步提升城市形象的知名度也同時帶動了當地產業在實質上的經濟發展。何謂節慶活動，Getz(1989)以活動模式定義節慶為：「一個在一般例行的活動之外，在組織運作及經費贊助的配合下，所形成一種一次性或非經常性發生的特殊活動」。

Robert Jackson(1997)則以活動內涵解釋：「節慶活動是一個特別的、非自發的，且經過周詳籌畫設計所帶給人們快樂與共享，也是產品、服務、思想、資訊、群體等特殊事務特色主張的活動。它蘊藏豐富與多樣性，且需要志工的支援與服務，同時也需仰賴贊助者的奧援」。

根據國際間許多研究都顯示，節慶活動是成長最快速的觀光項目，並成為觀光發展的最新趨勢（王育群，2000），以國人較熟悉的國外活動如：維也納的音樂節、荷蘭的花卉展、大陸哈爾濱的冰雪節；在國內則有宜蘭的國際童玩節、綠色博覽會、屏東縣黑鮪魚文化觀光季等。但就嘉義市而言，帶動觀光人潮只是推動養生產業的活動目的之一，主要的目標仍是期望能藉由節慶活動的形式，提升嘉義市養生產業的知名度和形象，讓養生產業在長期發展之初，即能挹注較多的資源及關注。

節慶活動是一概念性的名詞，它同時也包含了許多不同層次與規模的意涵。在國內，較常與「節慶」一詞並用的名詞有慶典及嘉年華；在英文方面，與節慶相關的字有festival、fair、event、mega-event、hallmark event(special event)，上述這些英文名詞具備某些相同特性，也經常被互換使用，個別意義仍有些差異。（駱焜祺，2002）節慶活動的相關名詞整理如下表：

表9-1：節慶活動相關名詞定義

名詞	定義	實例
Festival (慶典)	具有一慶祝的主題，常被用來泛指一般具有公開主題慶祝活動。	宜蘭搶孤、泰國潑水節。
Fair (市集)	展售會、交易會、市集或廟會。比較不含慶祝意味，具有商業交易本質。	美國各州每年皆會舉辦的博覽會。
Event (事件)	經過特別安排，單一質類、目標且時間較短的活動。	兵馬俑展、世貿電腦展。
Mega-event (大型事件)	大型節慶。一個世界級節慶活動，活動要投入很多經費，也會帶來可觀收入。	每四年一次的奧運會。
Hallmark event (特殊事件)	每年於一定時間內固定舉辦一次活動，提高觀光地區知名度、吸引力及增加收入。	宜蘭國際童玩節、屏東縣黑鮪魚文化觀光季、白河蓮花節、日本雪季。

資料來源：1. 駱焜祺(2002)；2. 本研究整理

Getz(1991)認為節慶活動應有以下幾項特徵：

1. 它對大眾公開。
2. 它主要的目的是為針對某一個特定主題慶祝或展覽活動。
3. 它每一年或數年舉行一次。
4. 它有先已定妥的開始及結束日期。
5. 它本身不擁有硬體建築與結構。
6. 所有活動都在同地區舉行。

國內學者游瑛妙(1999)研究認為，隨著社會型態的改變，節慶與展售會的內涵也已跟著調整或改良，如今它必須同時具備產品展銷售、民俗活動參與、文化學習、休閒遊樂及社區發展等多重功能。

由以上文獻分析可知，嘉義市未來若推動「嘉義市健康活力文化節」來包裝「養生產業」為城市發展的形象活動時，是較屬於Hallmark event型態，且有異於宜蘭國際童玩節以童玩為特色主題所發展的觀光行程，也不同於白河蓮花、屏東黑鮪魚等以地方特產為發展特色。嘉義市的健康活力文化節則以推動養生文化為主題，帶動養生相關產業在嘉義市紮根、成長，以期達到產業群聚的效果。

二、節慶活動的功能

近幾年來國內推動觀光節慶活動已蔚為風潮，各地方政府為提高知名度或推銷地方產業莫不依照各自特色，構思節慶活動的形式及內容，藉由活動的舉辦，達到「發展觀光、行銷地方，增加就業機會、繁榮經濟」的目的。以2004年遠見雜誌調查國內各縣市發展地方特色產業及舉辦的促銷活動中，宜蘭的國際童玩藝術節、綠色博覽會就分別佔了國內各縣市所舉辦節慶活動整體評價的第一、三名。屏東的黑鮪魚文化觀光季活動則排名第二。這些成功的活動，不僅帶來遊客人潮，相對於住宿、購物、餐飲，帶來極為可觀的收益。以國內宜蘭縣為例，原本予人較休閒、養老、人口外流嚴重、較無重要產業的縣市，在近幾年宜蘭縣政府推動國際童玩藝術節、綠色博覽會之後，一年年的進步及知名度的累積，在一連串節慶活動後，已脫胎換骨，儼然成為國內的觀光大縣。根據國內學者研究，節慶活動的相關功能整理如下表9-2：

表9-2：節慶活動相關功能

功能	說明
地方經濟開發	<ol style="list-style-type: none"> 1. 各種地方特產或農、漁產品的促銷。 2. 開發「地方產業」為地方帶來經濟上效益。
觀光開發及增加觀光收益	<ol style="list-style-type: none"> 1. 在觀光旅遊旺季時提供特殊節慶吸引遊客，以延伸觀光遊憩季節。 2. 增加人為的觀光吸引力。 3. 使較單調的觀光或靜態的觀光地點、渡假區或遊樂區更活潑化。 4. 配合永續觀光，以提供創意的活動，來減輕觀光對資源的過度破壞。
提供民衆休閒遊憩的機會	節慶的歡樂氣氛提供民衆另一種型態的休閒活動。
保存文化傳統與藝術	利用節慶活動將各式民俗及傳統文化藝術展現出來。
形象塑造	包括政府、私人企業與社區之形象塑造。
社區營造與凝聚力	利用民衆參與節慶活動，凝聚社區意識，加強社區團結，達成社區整體營造功能。
信仰與心靈寄託	古老節慶活動往往是與祭祀、敬神相關。
各種商品的促銷	凝聚人潮以達成商品銷售目的。
教育與意識宣導	政府或社會團體透過節慶活動將其理念或意識宣導出來。
提高活力與能見度	經由媒體不斷曝光，讓政府或企業知名度大增。

資料來源：1. 游瑛妙(1999)；2. 駱焜祺(2002)

由上表分析可知，節慶活動的功能具有多重、多元的特性，尤其對地方經濟開發、協助地方特有產業的推動、地方文化重新包裝、形象塑造、推廣地區與國際交流活動、提供社區民衆休閒遊憩之機會及提高活力與能見度等，都是對嘉

義市未來推展養生產業而言，具有正面及重要的意義。

因此，嘉義市在未來推動健康活力文化節時，在實質經濟效益上能同時發展地方特色產業、帶動觀光人潮、提高當地就業機會；在無形文化效益上能塑造嘉義市較鮮明的城市形象與發展定位。

三、節慶活動與行銷

節慶活動的形成與執行，需要經過主辦單位精心策劃，結合各方人力與資源，共同運作而成。成功的節慶活動除了具備完善的活動策劃與執行計劃之外，必須有一套有效的行銷策略，使得活動推出時能受到目標群眾的喜愛，因此節慶活動與行銷概念的結合更是不能忽視，特別是首次推出或是為建立知名度而舉辦的節慶活動。

因此，首先必須先了解行銷的概念，才能進一步將有效的行銷的融入節慶活動之中。行銷是世界上最古老的一種專業，傳統的行銷(marketing)觀念來自十九世紀末工業革命後，因為機器生產帶來大量產品，產生了流通和市場，行銷於是有商品、通路和市場的區別。在市場尚未成熟時代，當然以產品為導向，一直演進到近代，才是以顧客為主的商品銷售，因此商品在市場上就有行銷和促銷的區別（莊翰華，1999）。

促銷是透過通路將商品加速銷售到顧客手中，有額外刺激的作用。行銷除了滿足顧客基本需求外，包括產品(product)、價格(price)、地點(place)、促銷(promotion)的部份。這些變數的組合，就是所謂的行銷組合(marketing mix)，也是行銷學上的4P(Xavier，2002)。

Watt(1998)在其專書「休閒與觀光產業中節慶管理」中指出，成功的節慶活動行銷策略，其行銷組合(4P)中的比重可能有所不同，但仍必須平衡運作，不可刻意地忽略掉其中一項。針對4P 的行銷組合，Watt 定義如下表9-3：

表9-3：行銷組合分類、要素及可能決策與行動

行銷組合分類	要素	可能的決策與行動
產品	展覽、活動、競賽、研討會、表演秀	研發、修正新產品，除去無法滿足客戶的產品，建立品牌、品質保證的政策及包裝的規畫（包含規、品質、形狀與顏色等）
價格	建議售價、折扣、交易折讓、賒銷條件	分析競爭者的價格、擬訂價格與銷售政策，針對不同的買者給予不同的折扣。
促銷	廣告、小冊子、海報、記者會、宣傳、展演、商標、推銷	建立促銷目標、決定主要的促銷類型、選擇媒體及廣告、錄用及訓練推銷人員、規劃及執行促銷活動及舉辦記者會。
地點	會場、交通、指標、停車場、地理環境、舉辦場址、輔助設施、住宿服務	選擇交通便捷、停車方便、各項輔助設施都完備場所舉辦節慶活動、建立配銷中心減低總配銷成本，建立與執行產品運送的有效程序。

資料來源：1. Watt(1998), Event Management In Leisure And Tourism, p. 66

2. 駱焜祺(2002)

Watt(1998) 進一步指出，行銷不只是一種概念，它必須付諸實行，行銷是生產分配銷售與服務的整合；尤其對成功的節慶活動，不僅要對參與者行銷，對媒體、廣告商、贊助商甚至居民等皆要行銷，這些被行銷的對象如下圖。

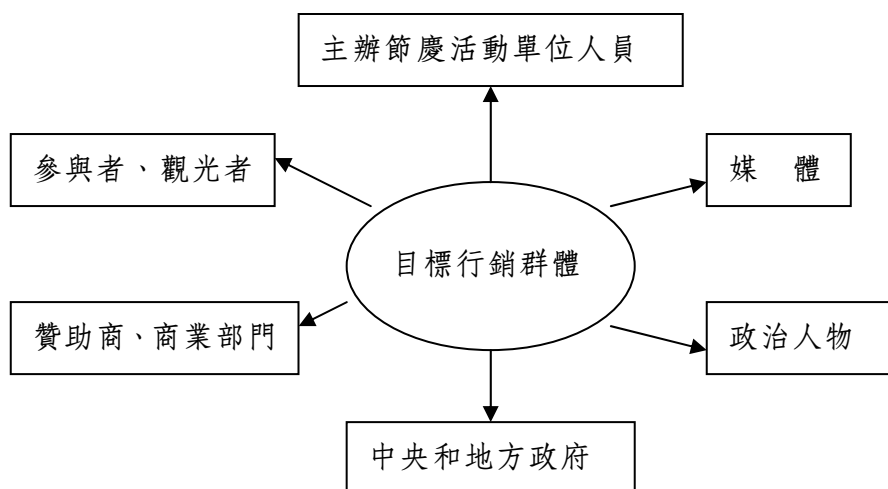


圖9-1 節慶行銷目標群體圖

資料來源：Watt(1998)

四、行銷公關

九〇年代的行銷中，除了推(push)與拉(pull)策略之外，還需要所謂的過關(pass)策略來突破市場的各种關卡與阻礙，而公共關係除了推拉之外，最能發揮的就是協助企業（地方政府）與產品（節慶活動）通過層層由新聞媒體、消費者（觀光者）、利益團體與主管機關形成的關卡。（駱焜祺，2002）

「行銷公關」一詞源自八〇年代，為把專門支援行銷工作的公關運作和一般公關運作分開來，因而出現的名詞。Thomas(1997)認為行銷公關為一系列包含計畫、執行與評估在內的企劃步驟，目的在鼓勵購買和消費者的滿意度，經由大眾信賴的傳播管導，傳達符合消費者的需求、期望、關心與利益的訊息及印象。行銷大師科特勒(Philip Kotler)也指出，處在現今複雜競爭又多元化的市場中，必須把行銷從4P 擴充到6P，加入實力(Power)與公關(Public Relations)兩個項目，如此才能攻無不克，這裡的「實力」，乃是採取推力策略，由內向外推動大眾對企業的支持，公關則運用拉力策略，建立關係，攏絡支持(Thomas, 1997)。

行銷公關的獨特能力之一就是能讓各種不同的媒體，不約而同的義務為產品宣傳優點，尤其在運用廣告同時，可以在相同的媒體上運用行銷公關去接觸主

要和次要的目標群體，對廣告也是一項強有力的支援。(駱焜祺，2002)

若以嘉義市政府舉辦節慶活動而言，能否建立知名度，行銷公關扮演了舉足輕重角色，其中需由嘉義市政府委託的廠商（經銷商）就是扮演推力，將地方的節慶產品經過妥善的包裝與通路向外推銷，而地方政府本身則透過行銷公關，向中央部會爭取經費補助、邀請中央政府官員參加、讓媒體記者免費參與活動，再藉由正面的報導，發揮「拉力」與「過關」角色，直接通過層層競爭與阻礙，直接影響、感動目標消費群眾。

五、事件行銷

由於現今環境的資訊流通方便、市場瞬息萬變。因此，在行銷活動上，若僅停留在4P（產品、價格、通路、促銷）的應用上，將無法因應社會、文化、政治、經濟、科技與環保等外在因素變遷與挑戰，所以「事件行銷」(Marketing Event)便應運而生。

「事件行銷」意指企業整合本身資源，透過具有企畫力和創意性的活動與事件，使之成為大眾關心的話題、議題，因而吸引媒體的報導及消費者的參與，進而達到企業形象以及銷售商品的目的。它不僅包含6P 綜合運用，還充分掌握社會脈動，了解市場消費趨勢，尤其更要懂得和媒體的交流溝通，建立和媒體間互信了解關係，因此事件行銷也稱為「整體行銷」（張永誠，1998）。

從地區行銷的角度看來，地區依賴意象、吸引力、基本設施與民情等四個主要行銷策略來吸引觀光客、居民、建立經濟基礎(Kotler, 1993)。而推廣地方意象與吸引力最快且最容易的方式就是透過事件（活動）對外介紹，外界藉由事件訊息傳遞而累積印象，得到認同與信賴，形成具體形象，再透過各種傳播管道，多次將形象傳遞出去，以展現都市的魅力（王德業，1998）。例如，宜蘭縣在近幾年來每年舉辦的國際童玩藝術節、綠色博覽會，屏東縣的黑鮪魚文化觀光季、半島藝術節等活動，都是藉由接連的事件，透過媒體宣傳，吸引目標消費者注意，並累積形塑觀光大縣的意象。

張永誠(1998)指出，事件行銷運作要成功，在於事件行銷要製造的話題，是否具有足夠的話題力、是否有創意和特色，有吸引媒體報導特點，對目標對象是否有賣點。吳錦屏(2000)則以下列幾個要素評估事件的績效：

- (一) 活動是否符合目前的社會趨勢。
- (二) 話題性夠不夠。
- (三) 有無足夠的資料做後盾，而非一味的捕風捉影。
- (四) 參與人物是否有重要性，新聞的排他性強不強。

六、媒體策略

現代的科技進步、資訊傳播無遠弗屆，無論是政府或企業，想迅速地建立形象、販賣商品、提高知名度、宣揚事績，都需依賴各種媒體，因此媒體在今日的世界更是扮演了舉足輕重、推波助瀾的角色。

因為媒體主動報導的訊息，民衆在各種管道下都易於取得，但現在媒體爆炸，不同類別型態的媒體及家數都非常多的情況下，一般消費大眾對廣告的信任度或反應卻每況愈下；但相對地，具有權威性媒體所報導的資訊，則就更具有一定的影響性。所以一個觀光節慶活動的成功與否，與媒體策略是否運用得當，有絕對關係。

媒體策略運用態度上，可區分為主動出擊與被動防守。主動方面包括：發言制度的建立、媒體資訊的掌握分析、顧客的深度認知、媒體策略的研擬、媒體關係的持續經營、媒體應答技巧的訓練、媒體屬性及其版面的擴展應用；被動方面包括：媒體記者的採訪要求、負面消息揭露的防範及危機事件處理等。(駱焜祺，2002)

在擬訂媒體策略時，必須先瞭解媒體的分類、其優勢與限制，就現在的行銷通路媒體，主要可以區分為傳統媒體和新興媒體兩類，其中傳統媒體包含了電子媒體(如：電視、廣播)和平面媒體(如：報紙、雜誌、宣傳單、看板)及人員式溝通等三大類。新興媒體則包含了互助式媒體和電腦式溝通媒體。

以電子媒體為例，電視或廣播一般多作為短期密集曝光的媒體，以使消費者產生認知，如果需要提供更詳細的訊息，則須透過平面印刷媒體，以作為持續曝光的媒介。但現在的網路媒體(全球資訊網)擁有產生互動的溝通技術，能提供動、靜態訊息及具有大眾傳播面對面溝通的媒體特性下，此種互動式的新行銷媒體，為行銷策略帶來新的機會與挑戰，就以往應用於傳統媒體上的方法或策略，

將可以應用並整合在全球資訊網上。例如：2004年宜蘭國際童玩藝術節即為此活動建立一專屬網站<http://www.folkgame.org.tw/>，即完整地提供各項活動資訊，有如一線上的遊樂園。因此，在全球資訊網上，兩種長、短期的媒體策略，都可同時進行。從以上分析可知，各類媒體對於閱聽者都有其影響力，對地方政府舉辦觀光節慶活動而言，能善用媒體策略並促使各類媒體主動報導，將使活動的張力擴充到各個角落，因此如何設計事件，擬定媒體策略，並發揮行銷公關能力，將是攸關節慶活動成功與否的關鍵因素。

第二節 國內各縣市節慶活動之分析

藉由節慶活動來發展觀光、帶動城市產業之發展，已成為世界的潮流，目前在國內各縣市甚至鄉鎮市為了提高能見度、繁榮地方經濟，都爭相推出各式各樣具有地方文化特色及推廣產業功能的節慶活動。因此，在各種眼花撩亂、琳瑯滿目的節慶活動中，如何脫穎而出，吸引消費群眾的目光，樂於參與，節慶活動的設計與行銷便顯得格外重要。表9-4為國內各縣市在2004年的四季中各推出的節慶活動。

表 9-4 2004 年台灣觀光年重要文藝節慶活動

活動名稱	舉辦時間	主辦單位
春季(1~4月)		
● 花卉王國展		
彰化花卉博覽會	1月17日~3月14日	彰化縣政府
宜蘭綠色博覽會	2月28日~4月11日	宜蘭縣政府
台南亞太蘭展	3月6日~3月14日	2004亞太蘭展委員會
南投花卉博覽會	4月3日~5月3日	南投縣政府
● 台灣慶元宵		
台灣燈會	2月5日~2月15日	交通部觀光局

台北燈節	2月5日~2月15日	台北市政府
高雄燈會	2月5日~2月15日	高雄市政府
大台中元宵燈會	2月5日~2月15日	台中市政府
中壢燈會	2月5日~2月15日	桃園縣政府
台北縣平溪天燈	1月29日~2月5日	台北縣政府
台南鹽水蜂炮	2月4日~2月5日	台南鹽水武廟
苗栗市客家炸龍	1月31日	苗栗縣政府
台東炸寒單	2月5日	台東縣政府
● 宗教文化節		
高雄內門宋江陣	3月6日~3月14日	高雄縣政府
保生文化季	2月20日~4月8日	財團法人台北保安宮
媽祖文化節	2月23日~4月20日	台中縣政府
● 春季藝文盛會		
墾丁風鈴季	1月1日~1月31日	屏東縣政府
夏季(5~8月)		
● 端陽龍舟賽		
台東活水節龍舟賽	6月22日	台東縣政府
台北市國際龍舟錦標賽	7月2日~7月4日	台北市政府
宜蘭二龍村龍舟賽	7月1日~7月3日	宜蘭縣政府
鹿港慶端陽龍舟賽	7月1日~7月3日	彰化縣政府
高雄愛河龍舟賽	7月1日~7月3日	高雄市政府
● 台灣美食節		
中華美食展	8月12日~8月15日	財團法人台灣觀光協會
台北打牙祭	8月12日~8月15日	台北市政府

● 台灣中元祭		
基隆中元祭	8月16日~9月13日	基隆市政府
頭城搶孤	8月30日	宜蘭縣頭城鎮中元祭典協會
恒春搶孤	8月30日	屏東縣政府
客家義民祭	8月15日~8月20日	行政院客家委員會
● 國際傳統藝術季		
宜蘭國際童玩藝術節	7月3日~8月15日	宜蘭縣政府
台南七夕國際藝術節	8月15日~8月22日	台南市政府
三義木雕藝術節	8月8日~8月16日	苗栗縣政府
雲林國際偶戲節	7月9日~7月15日	雲林縣政府
● 原住民文化季		
雅美族船祭	7月29日~8月1日	台東縣政府
阿美族豐年祭	7月15日~8月20日	花東地區各部落
南島文化節	8月7日~8月29日	台東縣政府
● 夏季藝文盛會		
台灣東北角國際鼓樂節	7月31日	交通部觀光局
2004 水岸爵士音樂節	7月24日~7月25日	台北縣政府
● 其他節慶活動		
2004 桃園蓮花季	6月22日~9月5日	桃園縣政府
2004 台南縣白河蓮花節	6月19日~8月31日	台南縣政府
2004 都蘭山加水文化節	8月16日~8月22日	交通部觀光局
2004 南縣水與綠嘉年華	7月25日~9月12日	台南縣政府
2004 桃園國際航空嘉年華	8月14日~8月17日	桃園縣政府

秋季(9-10月)		
● 戶外音樂季		
福隆沙灘音樂季	9月18日~9月21日	台北縣政府
墾丁沙灘音樂季	9月22日~9月24日	屏東縣政府
高雄永浴愛河季	10月10日~10月14日	高雄市政府
● 秋季藝文盛會		
鶯歌陶瓷嘉年華	10月15日~10月31日	台北縣政府
高雄國際偶戲節	10月9日~10月31日	高雄縣政府文化局
● 其他節慶活動		
日月潭國際萬人泳渡大會	9月26日	交通部觀光局
2004年台北縣石門國際風箏節	9月18日~9月20日	台北縣政府
冬季(11-12月)		
● 國際運動賽會		
奧林匹克四十九人式帆船會	9月30日~10月7日	交通部觀光局
國際自由車環台邀請賽	10月13日~10月25日	自由車協會
2004南投國際風箏節	11月20日~11月30日	南投縣政府
台北國際馬拉松賽	11月12日~11月13日	台北市政府
太魯閣國際馬拉松賽	11月18日~11月19日	太魯閣國家公園管理處
● 溫泉嘉年華		
重建區溫泉系列活動	10月23日~94年1月10日	九二一重建委員會
台北北投溫泉季	11月1日~11月30日	台北市政府
宜蘭礁溪溫泉季	11月3日~11月30日	宜蘭縣政府

茂林溫泉季	12月5日~94年1月20日	高雄縣政府
● 冬季藝文盛會		
客家文化藝術節	10月23日~11月14日	行政院客家委員會
南瀛國際民俗藝術季	11月8日~11月13日	台南縣政府
2004高雄國際鋼雕藝術節	11月27日~12月12日	高雄市政府
2004台北國際旅展	11月18日~11月21日	台灣觀光協會
新竹國際玻璃藝術季	12月	新竹縣政府
嘉義市國際管樂節	12月4日~94年1月2日	嘉義市政府

資料來源：交通部觀光局網站 93年8月份資料

從上表可知，國內各縣市無不卯足全力在各節慶活動中爭取嶄露頭角的機會，而從中所能帶來的利益，如下表9-5，均帶來了大量的觀光與消費人潮，同時也帶來了可觀的經濟效益。

表 9-5 各縣市節慶活動帶來的經濟效益

活動名稱	活動經費(元)	遊客人數或經濟效益
2003 台北湯花戀	約 300 萬	遊客約 350 萬人
2003 台北打牙祭	約 400 萬	遊客約 131 萬人
2003 台北縣烏來溫泉櫻花季	N/a	烏來地區收益 2 億元以上
2003 台中市燈會	N/a	遊客約 640 萬人，經濟效益約 50 億元
2004 彰化縣花卉博覽會	N/a	遊客約 157 萬人，經濟效益約 17 億元
2003 高雄貨櫃藝術節	5000 萬	遊客約 100 萬人

2003 高雄國際旗鼓節	3500 萬	遊客約 500 萬人
2002 高雄海洋首都國際花卉展	6150 萬	遊客約 300 萬人
2004 屏東黑鮪魚文化觀光季	1600 萬	東港及經濟收益約 15 億元
2003 屏東墾丁風鈴季	N/a	經濟效益約 5 億元
2002 宜蘭國際童玩藝術節	1 億 9 千萬	遊客約 91 萬人，經濟效益約 12 億
2003 國際宜蘭綠色博覽會	6500 萬	遊客約 34 萬人，經濟效益約 3 億 1 千萬元

資料來源：1. 各縣市政府提供 2. 遠見雜誌 2004 年 7 月號

在以上的各縣市所舉辦的節慶活動中，最早也最會利用水域空間，首推宜蘭縣。在冬山河畔因宜蘭國際童玩藝術節所帶來的不只有人潮、音樂、笑聲，更帶來了大量的商機，以2002年就帶來了91萬人潮及12億元的周邊經濟效益，而今年2004年的人潮將至少突破200萬人次。童玩節可說是台灣活動產業舉辦最成功的鼻祖，也為宜蘭贏得形象和經濟利益。

屏東的黑鮪魚文化觀光季，不僅為東港地區帶來15億的產值，也引起了「鮮魚文化」的風潮，帶動其他縣市，如花蓮的曼波魚、台東旗魚、桃園石門活魚等活動，重新讓台灣漁業以行銷的新面貌獲得重視。另外，在2004年春季所舉辦的彰化花博會，58天內吸引了157萬名遊客，創造了約17億元的總收益，也是今年節慶活動成功的新典範。

以下圖片，為國內推廣節慶活動的廣告案例，可做為嘉義市未來在舉辦節慶活動之參考：

雲林縣政府所舉辦的2004國際偶戲節，以推廣雲林傳統藝術布袋戲為主軸，並結合了台灣咖啡故鄉—雲林古坑咖啡為活動的特色。因此「來去雲林，喝咖啡看布袋戲」便是同時結合推廣文化創意與特色產業的有力宣傳標語。





台東縣政府以「打造最適合居住、旅行的城市」做為行銷主軸，在廣告文宣上，將一年十二個月份打造成為各具觀光特色的活動來行銷台東縣。

已舉辦數年的宜蘭國際童玩藝術節，今年在網站的設計及推廣上，具有鮮明的特色和完整的活動介紹，在推廣宜蘭國際童玩藝術節上扮演重要角色。



第三節 嘉義市特色產業行銷推廣計畫

在推動嘉義市未來的特色產業發展過程中，公部門的相關配套措施相繼完成後，如何教育民衆、提升產業知名度，使養生產業與嘉義市的城市形象能充份融合，讓嘉義市民、台灣民衆、甚至範圍擴展到國際舞台上，只要提到「養生文化」就能即時地聯想到嘉義市，這便是在完成特色產業規劃後，落實執行推廣的目標。本節以籌辦「嘉義市健康活力文化節」之內容規劃，藉由節慶活動的行銷方式，使養生產業能藉此獲得推廣並打開知名度。

一、背景及活動內容

未來嘉義市若舉辦「嘉義市健康活力文化節」(如圖 9-2)做為節慶活動以推廣養生產業，以「多功能健康生活園區」為活動範圍，初期活動規劃以「養生文化」為主軸。在健康活力文化節之活動內容規劃上，主要可分為三大型態(養生活力主題館、活力樂園及活力舞台)及數十項細部活動內容為主。其目的使得觀光客及消費群眾能同時享受多種集合娛樂、養生、文化、教育和觀光等多元化性的服務，並在潛移默化下認同嘉義市為養生活力之都的形象。對廠商而言，短期具有集客與提升收入的效果；長期則有提升知名度與健全產業發展的功能。

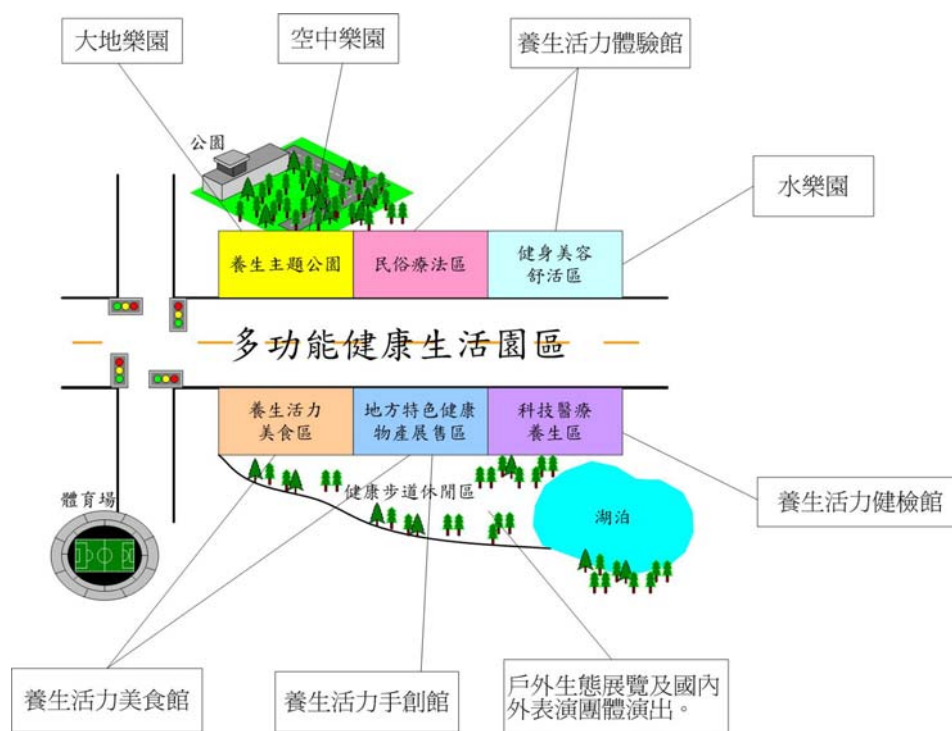


圖 9-2 健康活力文化節之活動內容規劃圖

目前規劃之活動可包括的項目如下：

(一)健康活力文化節活動

1.養生活力主題館

養生活力主題館主要分為美食、手創、體驗和健檢等四大主題館，針對不同消費族群，皆有合適的主題館能參與活動，讓健康活力文化節成為是老少皆宜的節慶活動。

(1)養生活力美食館

舉辦地點：養生活力美食區、地方特色健康物產展售區

養生活力美食館之主題內容：

A. 健康食品嘉年華

活動地點：地方特色健康物產展售區

活動內容：在此開闢一健康食品展售區，邀請全國各健康食品業者設立攤位，形成一展覽形式。例如：國內的台北國際書展，形成一年一度的圖書界盛事。不僅能讓健康食品業者有一與



消費者直接接觸販售的機會，最主要能讓全國健康食品業者聚集，讓健康活力文化節與健康概念和嘉義市的形象做結合。同時，贊助廠商亦可為活動帶來經濟收入與支援。



活動的另一目的，是使傳統農業業者，能將導入生物科技之改良健康作物，有一展示與推廣的場所，並擴展產業經營與發展的契機。

B. 國際藥膳美食大展

活動地點：養生活力美食區

活動內容：藥膳本是食材結合中草藥的料理之一，而鄰近的亞洲國家至歐美在健康風潮下，皆流行將該國具有療效的特有藥用植物應用在飲食之中。因此，舉辦國際藥膳美食大展，能讓藥膳的應用範圍擴大，使國人只將中藥入菜的既有印象能改變，讓色、香、味及健康俱全的藥膳料理能以多元化的面貌重新呈現，也提升了藥膳料理的層次。此活動的主要目的是讓全家各個年齡層的成員皆能參與，在活動中也能品嚐佳餚。



C. 藥膳師選拔大賽

活動地點：養生活力美食區

活動內容：「藥膳師選拔大賽」是和「國際藥膳美食大展」一起搭配的活動，目的是增進觀光民衆與參加廠商的參與感，製造具有話題性的新聞，並能結合電子媒體採訪和拍攝，將藥膳美食大展活動推至高潮。



D. 養生食材美味教室

活動地點：養生活力美食區

活動內容：「養生食材美味教室」主要是針對女性消費者與重視健康飲食者為主，由特約藥膳廚師指導製作一些簡單且美味、健康的養生料理。讓養生與健康之精神能真正落實在生活飲食之中。



(2) 養生活力手創館

舉辦地點：地方特色健康物產展售區

養生活力手創館之主題內容：

A. 交趾陶才藝教室

活動地點：地方特色健康物產展售區

活動內容：嘉義市本為全省交趾陶最盛產、具有高度工藝水準的地方。因此，利用既有的技藝資源所舉辦的活動，最能代表嘉義市的文化特色。藉由各年齡層的觀光群眾來此參與，能學習自行手工製作交趾陶，具有個人化的特殊商品價值外，也是另一種在遊樂中發掘傳統技藝樂趣，培養愛好者及青少年對交趾陶興趣的啟發。



B. 養生食材釀造坊

活動地點：地方特色健康物產展售區

活動內容：養生食材釀造坊，主要是針對家庭婦女為目標眾所舉行的活動，利用天然健康食材



自行所釀造的加工品，例如果醋、果酒、餛漬蔬菜、調味品等。

不僅能在生活中利用食材達到維護健康的目的，也滿足了家庭主婦在居家生活中的成就感。



C. 石猴藝術展

活動地點：地方特色健康物產展售區

活動內容：石猴石雕藝術為嘉義市近年來逐漸興起的工藝，在嘉義公園及鄰近公園中皆有大型石猴石雕藝術作品，具有形象塑造及指標性印象



的代表。因此，邀請嘉義市內的石猴石雕藝術家參與展覽其石猴作品，使得活動也有靜態藝術的一面，適合各年齡層的遊客參觀。

(3) 養生活力體驗館

舉辦地點：民俗療法區、健身美容舒活區

養生活力體驗館之主題內容：

A. 漢方養生保健區

活動地點：民俗療法區

活動內容：此區的活動，主要是提供來自各地的遊客及消費群眾能經由傳統民俗療法（例如：刮痧、藥浴、足部穴道按摩等）及紓解壓力的方法（例如：洗腳、指壓等）來達到休養生息與放鬆心情的目的，適合平時工作繁忙的上班族或年紀稍長的遊客能同時休閒又恢復體力與精神。



B. 律動有氧搖擺區

活動地點：健身美容舒活區

活動內容：



在舞蹈教室的場地中，安排適合親子一起的運動，達到以運動增進健康和親子互動關係的目的。另外，也安排近年來非常流行的瑜珈運動，

針對簡單易學的課程為主，使得來學習、參觀的遊客及消費者能得到在生活中容易做到且能促進健康的瑜珈動作。而相關的業者也能藉此得到推廣的機會。

C. 芳療美容美體區

活動地點：健身美容舒活區

活動內容：芳療美容美體區的目標消費群衆是明確的以女性消費者為主，針對來此參觀旅遊也能得到容光煥發的體驗。讓養生活力的精神由內而外的全面推展，因此，此區的規劃有美容服務、芳香精油按摩等讓女性消費者能藉此放鬆身心、保養自己的機會。



(4) 養生活力健檢館

舉辦地點：科技醫療養生區

養生活力健檢館之主題內容：

A. 養生文化展覽走廊

活動地點：科技醫療養生區

活動內容：主要是靜態展覽為主，內容是關於年紀長的居家照顧常識、健康飲食常識、世界各地養生文化介紹等。讓養生知識能藉由文字與圖片的陳述，在靜態展覽中傳達健康活力文化節的主題精神。



B. 65歲以上老人免費健檢

活動地點：科技醫療養生區

活動內容：與健檢中心的醫療單位合作，進行基本的健康檢查。因健康活力文化節若於重陽節期間舉行，此活動即有回饋長者、敬老之意，目的是期望老年人的生活一樣能活的精采、健康有活力。



2. 活力樂園

活力樂園的規劃以大地、水和天空三大主題樂園為主，在提供趣味性的

活動之外，更兼具有話題性新聞以吸引更多人潮參加健康活力文化節的相關活動。

(1). 大地樂園

舉辦地點：養生主題公園

大地樂園之主題內容：

A. 千人太極

活動地點：養生主題公園

活動內容：號召全省1000位會打太極的人，在一個時點聚集在一起，同時打拳，以營造一種活動氣勢，讓養生太極成為健康活力文化節的一個開幕儀式。同時，製造了適合電子媒體拍攝的畫面與話題。



B. 採草藥比賽(支援前線活動)

活動地點：養生主題公園

活動內容：由社區民衆組隊參加，類似支援前線活動，但題目以各類中草藥為主，目的在使民衆藉由遊戲中，增加認識中草藥的機會。這也是市政府與社區民衆增加互動的機會。



C. 戶外養生植物教學講座

活動地點：養生主題公園

活動內容：在養生主題公園內的中草藥園，定時有專人負責幫遊客解說一些常見到的中草藥植物，及基本使用方法。讓有猶如花園般的中草藥園中的潛藏資源成為民衆無形的知識寶藏。



2. 水樂園

舉辦地點：健身美容舒活區

水樂園之主題內容：

A. 水上芭蕾表演

活動地點：健身美容舒活區

活動內容：邀請國內的水上芭蕾表演團進行表演，並在泳池舉行水樂園的開幕儀式，能同時增加話題性及開幕時聚集人氣。



B. 親子趣味水上競賽

活動地點：健身美容舒活區

活動內容：由親子組成的隊伍參加水上趣味競賽，活動主要的設計是能讓全家人一同參加，在水上活動中達到運動健身及增進親子互動的目的，使得健康活力文化節的參加民衆的年齡層範圍能更廣泛。



3. 空中樂園

活動地點：射日塔

空中樂園之主題內容：

A. 現場廣播

活動地點：射日塔

活動內容：由射日塔上的open studio現場廣播，

隨時播報有關「健康活力文化節」的各項最新消息，包括賽程報導、實況報導等。同時，製作整點三分鐘的養生小常識帶狀節目，讓嘉義市的空中

也充滿養生文化相關訊息。而此處能眺望嘉義市的景點，也將在活動扮演吸引人潮的角色。



B. 勇氣大挑戰—攀岩競賽

活動地點：射日塔

活動內容：由於射日塔為一中空的高塔建築，在安全設施完備健全下，舉行勇氣大挑戰的攀岩活動，吸引具冒險精神的年輕族群為主，也為健康活力文化節帶來另一波活動高潮。



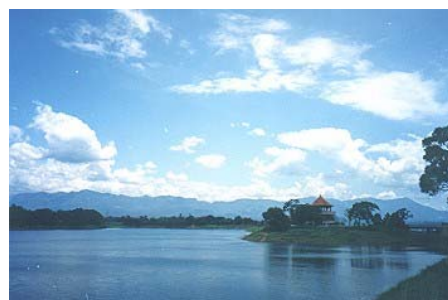
3. 活力舞台

活力舞台的設置是以健康步道休閒區為主要規劃範圍，以戶外活動為發展的主軸，增進大自然和人文藝術表演結合的空間。

(1) 戶外生態展覽

活動地點：健康步道休閒區

活動內容：養生文化的精神與大自然結合，便是能讓身心靈都達到天人合一的最高境界。所以在規劃健康活力文化節時，與大自然景色結合的活動更



是不容缺席。因此，以環湖的健康步道休閒區，做為自然、養

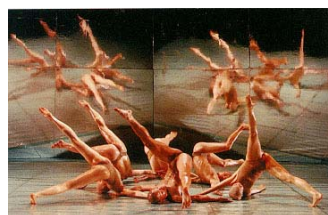
生與藝術的結合場地，舉辦戶外生態展覽，使得遊客在參訪健康活力文化節時，能享受大自然的美景與獲得豐富地生態知識。而生態展覽可與嘉義大學生命科學院合作，凝聚社區與校園的向心力。

(2) 國內外表演團體演出

活動地點：健康步道休閒區

活動內容：邀請國內外以探究人體、精神、自然、

養生為主題表演的團體演出，例如國內的雲門舞集、光環舞集等。藉此提升健康活力文化節的藝術層次，也提



供參與戶外活動的遊客感受人與美景和藝術的完美融合。

(二) 配合健康活力文化節所推出之活動

1. 製作養生文化電視專輯

為配合健康活力文化節，在節慶活動之前，能先與電視媒體合作，製作拍攝關於養生文化的電視特輯，並在媒體播放，以加強一種養生風潮流行的氛圍，並播出嘉義市健康活力文化節的節慶活動訊息，以強力宣傳來加以推廣。

2. 親子套裝旅館

為鼓勵各地來參與健康活力文化節的民衆，嘉義市政府能與當地的旅館合作，提供親子住宿套裝行程的優惠，吸引全家各年齡層的家庭成員都能參加活動，帶動更多的人潮。

表9-6 健康活力文化節之活動內容規劃表

節慶活動型態	活動主題	活動內容規劃	舉辦地點
養生活力主題館	養生活力美食館	健康食品嘉年華	地方特色健康物產展售區
		國際藥膳美食展	養生活力美食區
		藥膳師選拔大賽	養生活力美食區
		養生食材美味教室	養生活力美食區
	養生活力手創館	交趾陶才藝教室	地方特色健康物產展售區
		養生食材釀造坊	地方特色健康物產展售區
		石猴藝術展	地方特色健康物產展售區
	養生活力體驗館	漢方養生保健區	民俗療法區
		律動有氧搖擺區	健身美容舒活區
		芳療美容美體區	健身美容舒活區
	養生活力健檢館	養生文化展覽走廊	科技醫療養生區
		65歲以上老人免費健檢	科技醫療養生區
	活力樂園	大地樂園	千人太極
採草藥比賽(支援前			養生主題公園

		線活動)	
		戶外養生植物教學	養生主題公園
	水樂園	水上芭蕾舞表演	健身美容舒活區
		親子趣味水上競賽	健身美容舒活區
	空中樂園	現場廣播	射日塔
		攀岩競賽	射日塔
活力舞台	戶外生態展覽	戶外生態展覽	健康步道休閒區
	表演團體演出	國內外表演團體演出	健康步道休閒區

二、組織與行銷計畫

(一) 組織

嘉義市政府若未來要舉辦嘉義市健康活力文化節，可由市長親自召集市府各局室設立推行委員會，並擔任主委，協調各局室，完成各項籌備事務。同時，也需設立主要的承辦單位，並由文化局人員為主導。

至於經費來源除了政府補助之外，也可向民間募款，並由各志願服務團體及嘉義市內各大專院校社團學生擔任志工。

(二) 行銷計畫

1. 多媒體行銷計畫

(1) 傳統行銷計畫

傳統行銷計畫包括電子媒體(電視、廣播)、平面媒體(報紙、雜誌、文宣、海報等)，在傳播層面上較為廣泛且直接，所以也較易引起一般民衆的注意，但因花費較為昂貴，需在財務計畫上做分期分類使用考慮，以達到最佳最適的利用。

A. 電視廣播行銷

養生產業節慶活動能拍攝電視廣告，請新聞局在公益時段播出，且在有線電視上以走馬燈的形態打短期的廣告，同時可透過企劃以「特色產業電視專輯」的節目型態，於電視節目中播出，用以推廣嘉義市的地方產業的創新發展。在廣播方面，可以製作健康活力文化節的宣傳帶在電台播放及在活動中製造焦點新聞，增加曝光機會。

B. 報紙雜誌行銷

在報紙行銷部份，能與全國性報紙合作，在產業新聞及休閒生活版面，進行相關報導，在地方報紙新聞持續性的報導節慶活動的籌備近況，使嘉義市民能更有參與感並主動投入幫忙。而在經濟日報或產業相關雜誌及休閒旅遊雜誌也能做進一步較深度的訪談，藉以傳遞嘉義市養生產業之發展與健康活力文化節之的相關訊息。

C. 活動和創新產品之文宣海報行銷

製作嘉義市健康活力文化節之節慶海報或簡介，分發至全國各文化中心、火車站等公共場合，使全國民眾皆能得到健康活力文化節之活動資訊。

(2) 網路行銷計畫

網路無國界，透過網路建置平台除了台灣本地的居民得以透過網路資訊了解嘉義市養生產業現況及健康活力文化節之資訊，國際友人也可透過國際性語言的網路建置，獲得最新資訊。網站設置功能除了宣傳外，也可提供養生產業之歷史淵源、範圍和相關資訊。並建構電子報系統、線上留言系統、網頁連結等等。

2. 策略聯盟

養生產業與觀光結合的策略聯盟，透過與觀光的結合，擴大聯盟的利基。同時結合週邊遊憩資源和阿里山國家風景區行銷系統，一方面可節省經費，一方面可提升產業形象；於發展後期可聯合嘉義縣市內之相關遊憩規劃區等等的行銷網，以達到區域共榮共生的目的。嘉義市政府亦可委託公關公司尋求雜誌、電視媒體、及與維護健康、生命相關的公益團體、基金會贊助和協辦健康活力文化節之相關活動。

3. 行銷管理策略

(1)養生產業之推行過程：以健康活力文化節的主題館設計，讓遊客親自體驗，以體驗方式行銷；或將其過程編輯成文字，提供經驗分享的成果。

(2)養生產業內的各項產品滿意度及銷售需求調查：了解養生產業內的產品附加價值是否足以引起足夠的消費意願，是否得以帶動地方經濟的發展，需要為之長期的追蹤及調查；可建議未來市場調查，消費群眾之「購買偏好」、「付費偏好」、「付費意願」與「影響偏好與消費因素」，以供選擇、規劃與更新最受歡迎與最具創意的產業項目。

(3)行銷管道經營管理計畫：良好的行銷管道經營管理，可讓養生產業年營收增高。其重點包括：促銷廣告與活動。

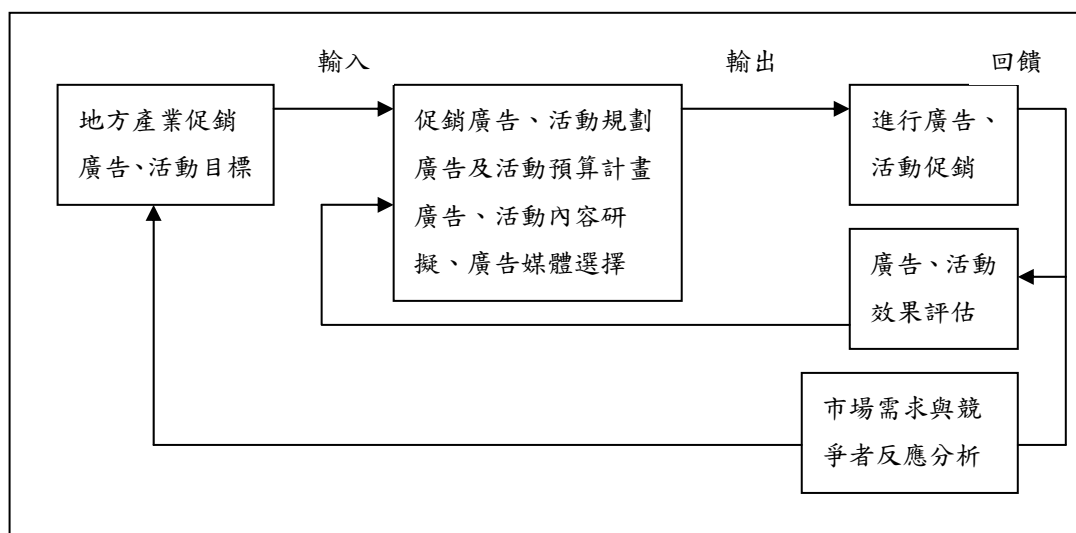


圖 9-3 促銷廣告、活動系統

4. 建立 C.I.S.

以健康活力文化節為中心所設計的 CIS，可應用推廣為嘉義市養生產業的整體形象標誌，能讓消費者更快速地建立印象與事件的連結，也為發展嘉義市養生產業之品牌有聯合行銷效果。

三、預期效益

(一) 實質效益

由國內其他縣市所舉辦之節慶活動為例，皆帶來大量地觀光人潮，並創造為數可觀的經濟效益。對嘉義市以發展養生產業為特色產業上具有正面意義，不但能讓全國養生相關產業因此活動而聚集，同時也為地方發展帶來經濟利益。若每年定期舉辦健康活力文化節，就長期而言，將有利於養生相關產業在此發展成長。

(二) 無形效益

1. 提高嘉義市的知名度與認同度

健康活力文化節的目的，是讓嘉義市未來發展特色產業時，能有更明確的定位與形象，與養生產業結合，加上節慶活動的行銷方式，不僅是在國內甚至在國際都能一步步建立嘉義市特有而明確的意象。因此，能有效提升嘉義市的知名度

之外，也能增強居民對嘉義市的認同度與光榮感。

2.增加市府與民間的溝通與交流

嘉義市未來若每年能定期舉辦健康活力文化節及國際管樂節等大型節慶活動，藉由社區居民、嘉義市內學校的總動員，不僅能凝聚居民對市府的向心力，更因市民與民間社團積極參與，使得節慶活動的創意能源源不絕，成為全市不斷向上提升的力量。

第十章 結論與建議

本章歸納計畫全部內容，粹取各章節之精華，詳實列出章節要點，並且研擬短、中、長期之具體建議，提供嘉義市政府明確目標與方向，以利推動特色產業。

第一節 結論

本計畫分析近年來之中央上位計畫，釐清國家產業發展方向與目標，並且蒐集臨近縣市重大發展計畫與嘉義市現有資源，整合專家學者之建議，規劃嘉義市之特色產業，本計畫不僅研擬嘉義市特色產業之內容，更提供特色產業之具體推動策略與推廣行銷計畫，以其嘉義市之特色產業發展與落實更為具體化。

一、中央上位計畫分析

中央政府為了提昇經濟成長、創造就業機會、提昇生活品質與增加國家競爭力，近年來推出諸多經濟建設計畫，舉凡由行政院經濟建設委員會提出「挑戰2008：國家發展重點計畫」，透過此計畫，對未來作強力投資、厚植國力的建設，加速台灣邁向綠色矽島之路。此外，經濟部也擬定「兩兆雙星產業發展計畫」，強力扶植光電、半導體、數位內容與生物科技相關產業，期望加速產業升級。政府近期推出「五年五千億，新十大建設」，透過增進公共投資，厚植基礎建設，進而創造文化價值、豐富全民生活。

此外，為因應國家產業結構之調整以及知識經濟的發展，行政院經建會也擬定「服務業發展綱領及行動方案」，透過「全國服務業發展會議」促進各界對服務業發展的重視。並選定醫療保健及照顧服務業、觀光及運動休閒服務業、文化創意服務業...等十二項服務業作為現階段之發展重點。

二、臨近縣市重大發展計畫與衝擊分析

各縣市政府配合中央政府施政方向，紛紛搶搭這波高科技、數位化、創意化與高附加價值化產業之熱潮，配合地方特色與稟賦資源，規劃地方產業發展策略，透過本計畫第三章所蒐集的資料更可獲得驗證，嘉義市鄰近之中南部縣市，其重大建設主要聚焦於生物技術發展以及開發觀光休閒產業，諸如：彰化縣的國家花卉生技園區、雲林縣的中部科學園區、嘉義縣的農業生化園區、台南縣的南

部科學園區及台南市的科技工業園區。

臨近縣市重大建設將直接地衝擊中南部各縣市，造成區域發展之調整。以生物科技產業而言，透過高速鐵路之串連，西部平原將成為生技走廊，對於嘉義市發展生物科技勢必形成排擠效果，然而，中南部觀光休閒產業之興起，讓位於嘉南平原樞紐之嘉義市，占盡地利之便。由此可知，臨近縣市之重大發展計畫，不全然排擠嘉義市產業發展，也許因產業群聚之效，對嘉義市產業有所助益。

三、嘉義市發展現況與特有資源

相較於其他縣市而言，嘉義市幅員狹小，在天然、土地或人力等資源並不豐富，因而產業發展方面，長久以來以三級產業為主，而目前嘉義市都市計畫用地的使用情形，亦可發現嘉義工業發展的規模與密集度不大，此外，一級產業就業人數與產業規模也逐年下降，可預見未來嘉義市的產業發展趨勢仍以三級產業為主。雖然嘉義市並無豐富資源，但是仍具下列優勢與特色：

- 嘉義市建城歷史悠久，文化資源豐富。
- 嘉義市地處嘉南平原，人才輩出，醫療資源冠於全國。
- 學術風氣興盛，人文素養優良，週邊大學院校資源豐富。
- 嘉義市地處阿里山下，為阿里山鐵道起點，觀光資源亦有良好發展。

四、嘉義市特色產業整體規劃篩選評估

依據上述嘉義市之特色與既有資源、產業特性、政府在該產業上之推廣與相關計畫、產業環境分析，加以現今總體環境趨勢進行特色產業規劃，本計畫選擇養生產業、文化創意產業、數位內容產業與生物技術產業為嘉義市特色產業之備選產業，透過舉辦三場綜合座談會，蒐集嘉義市各產業界代表、關心地方發展之人士之建議，與會貴賓更涵蓋相關產、官、學、醫等各界專家，利用分析層級程序法(AHP)來協助篩選嘉義市最適發展之特色產業，歸納與會貴賓具共識之建議與 AHP 篩選分析，可得下列結果：

一、嘉義市具備豐富的醫療與照顧服務資源，嘉義市及鄰近地區人口老化有增加趨勢，加以嘉義市產業發展長久以服務業為主，因此當前最適合發展之特色產業應為「養生產業」。

二、嘉義市為一歷史文化古城，涵養豐富的文化資源，尤其是嘉義市之交趾陶、木材與其他觀光資源相結合所能發展之空間仍非常多，所以嘉義市在文化創意產業上亦有發展空間。

三、數位內容與生物技術產業部份，嘉義市在人力、土地、資金、及上下游相關產業發展各方面資源不豐，不足以爭取發展此兩類特色產業。

依據上述結果，本計畫規劃嘉義市之特色產業應以「養生產業」為主，適度地連結在地優勢之文化與觀光產業資源，創造具嘉義地方特色與繁榮興盛的產業發展。其實，由國民日常生活中，已經可窺見保健養生之觀念，在飲食方面，現代人除了儘可能實用有機蔬果，減少殘餘農藥造成之傷害外，也可常見生機飲食、藥膳食補、養生湯...等等；休閒活動方面，也有水療、芳香療法、按摩推拿、氣功、瑜珈...等強調具有養生療效之活動。

五、嘉義市特色產業規劃內容

本計畫所規劃養生產業，乃是以「多功能健康生活園區」為標的，內含八大主題，此八大主題分別為「養生園區」、「養生主題公園」、「民俗療法區」、「健身美容舒活區」、「養生活力美食區」、「地方特色健康物產展售區」、「科技醫療養生區」和「健康步道休閒區」等。

「多功能健康生活園區」之規劃目的在於擴大目標族群的年齡層，涵蓋老中青三代，期待融合嘉義市之特色文化和養生健康風潮，開創出具有特色之產業型態，不僅提供嘉義市市民之休閒新選擇，也藉此吸引更多外地人潮湧入嘉義市觀光、消費，帶動嘉義市產業發展之蛻變與升級。國人生活日趨忙碌、壓力繁重，無論男女老幼皆渴望獲得適當的休閒與保健，意謂脫離不了「健康」與「生活」之概念，透過市府與民間業者攜手合作，落實嘉義市成為「健康城市，溫馨家園」之建設施政目標。

六、嘉義市特色產業之推動策略

為了將養生產業具體化，特舉辦兩場座談會，邀請專家學者，針對養生產業提出相關建議，依據座談會結論與本計畫資料蒐集，推動養生產業之有效落實與推動，必須由嘉義市政府以公部門角色，研擬相關自治條例，透過「嘉義市特色產業專案推動辦公室」組織的成立，下設「養生園區管理組」、「法規研究暨服

務組」、「行銷推廣組」、「經營輔導組」、「行政組」，於整體產業發展上全方位的考量，以建構完善的特色產業推展平台。

養生園區之營運模式若以減少政府財政負擔、提昇營運效率為出發點，則O.T.、B.O.T.、B.O.O.、公辦民營為較適宜之營運模式；養生主題公園與健康休閒步道則以現有嘉義公園與蘭潭登山步道為基礎，結合臨近設施與景點作整體規劃；其餘相關主題區，則由公部門提供「租稅優惠、獎勵投資」、「培育訓練、創新育成」、「形象商圈、推動認證」等三大誘因機制，獎勵民間商家進駐多功能健康生活園區。

七、嘉義市特色產業之推廣暨城市品牌行銷

經由「嘉義市特色產業專案推動辦公室」與「多功能健康生活園區」之規劃，將市政規劃與整體市民生活環境納入嘉義市特色產業發展之中。配合行銷角度之推廣活動，藉由節慶活動吸引的大量觀光人潮，進而推動當地特色產業發展和城市形象行銷，透過具體行銷方案，不僅促使養生產業真正地在地落實深根，更期望能與城市品牌形象相融結合，提高嘉義市知名度與能見度。

第二節 建議

嘉義市政府長期以來對於社會福利、市民保健、教育投資等方面，不遺餘力地推動，近年來，嘉義市更多次被評定為台灣地區最適合居住的城市。然而，在全球化的高科技競爭及中央政府所積極推動的重點建設下，全國上下正如火如荼地積極投入推動產業建設，嘉義市為了避免在未來臨近各縣市快速發展地方產業的浪潮中邊緣化，亟需以創新思維與作法、兼顧整體市政發展，通盤考量下階段的產業發展政策。特色產業發展與市政建設相輔相成，亦即嘉義市整體社區營造與完善之公共設施、軟硬體...等才能給予特色產業良好之孵育與成長環境，因此當務之急，應逐步改善相關公共設施，配合與產業發展相關法令鬆綁及獎勵條例修訂，給予特色產業良好之孵育與成長環境。另一方面，城市形象上的包裝與行銷，與發展特色產業同等重要，整體城市行銷與特色產業行銷雙管齊下，才具事半功倍之效。

更具體來說，嘉義市為了推動本計畫所研擬以「養生產業」為主軸的特色產

業，市政府在短、中長程的施政措施，本計畫之建議如下：

一、短程施政措施之建議

1. 市政府相關局室組成體制內的專案小組，就本計畫所規劃的「多功能健康生活園區」之八大主題，分別從市政願景、法規政策、財政、工商發展、交通建設等相關構面，進行深入之可行性評估，以進一步凝聚推動之共識。若評估屬於具體可行，為統一事權，應盡速建立單一服務窗口資訊平台，廣邀產官學研等專業人士，成立「嘉義市特色產業專案推動辦公室」之任務編組的專責單位，下設「養生園區管理組」、「法規研究暨服務組」、「行銷推廣組」、「經營輔導組」、「行政組」。各組分層負責，並充分得到體制內的授權，進行各項政策與行政措施之構思與研擬，同時協調督導相關單位之推動落實。
2. 八大主題之「養生主題公園」和「健康步道休閒區」兩類，屬於都會區之公共休憩空間與設施，可以選定現有休憩空間，進行局部修繕，以快速營造養生產業之雛型。
3. 針對嘉義市行政轄區內之「民俗療法區」、「健身美容舒活區」、「養生活力美食區」、「地方特色健康物產展售區」、「科技醫療養生區」等屬於民間業者事業範疇之企業商家，進行實地之普查，蒐集初級資料以當做日後政策研擬之重要參考資料。
4. 協助民間開發養生園區，排除推動障礙；如已具雛型的養生園區，納入創造與開發規劃，協助其招商及公共設施的配合，提昇為短期發展的重要區位之一。
5. 尋求中央支援、妥善規劃資本預算；配合農業用地變更回饋捐款，市府成立產業發展基金，推動養生產業發展作業，投入基礎公共設施及需求性設施之建設。
6. 制定審議規範，配合特定的誘因條件與環境要件，以輔導業者投入經營。
7. 協助廠商與學術機構進行合作計畫，落實產學合作；並設立人力發展

中心及創業培育中心與擬定培育計畫，協助廠商之專業人才養成。

二、中長程施政措施之建議

1. 將本計畫透過土地適宜性分析、區位篩選準則所得到的適宜基地，發展「養生園區」，並循行政系統積極推動。
2. 引進民間力量參與的相關園區之開發與管理作業，利用市場機能以適時適地的提供優良產業用地。
3. 積極推動「國際城市行銷」，將嘉義市推向國際舞臺。
4. 市場行銷與產業通路的開發，透過城市外交，成立市級「商業資訊中心」，提供各類商機並透過網際網路 Internet 增加廠商競爭力。
5. 透過行政機制將各養生園區與該區域社區總體營造計畫、都市計畫、地方人文及自然生態緊密結合，並加速檢討都市計畫機制，以配合未來健康都市的建設需求。
6. 引進並延聘國內外高級管理顧問，以專案委託方式提供市政施政上的各類需求，以解決人員編制及管理技術上之不足。
7. 強調生態與營運的配合，即三生(生產、生活、生態)的平衡並存發展，健全基礎建設設施的完整性，提昇生活機能，吸引相關廠商及人才。透過有計畫的開發以避免資源浪費與不當使用，並確保所開發之環境與生態不致遭受破壞。

市政府的魄力與決心是特色產業能否發展與落實之關鍵，唯有市政府大刀闊斧給予各方面協助，嘉義市才能孕育出前瞻性、優勢性之特色產業，並且與鄰近縣市競爭之中立於不敗之地。市府內部上下一心，秉持積極態度和服務熱忱，與民間業者攜手合作，共同建設嘉義市美麗願景，相信不久將來，嘉義市將成為「人間桃花園」之代名詞，實現「健康城市、溫馨家園」之理想。

附錄一：嘉義臨近地區現況發展分析

第一節 嘉義縣現況發展分析

一、自然環境概況

(一)地理位置

嘉義縣位於本省中南部，東接南投、高雄兩縣，西瀕台灣海峽，南與台南縣毗連，北臨雲林縣。其地理位置，極東為中央山脈之玉山（東經 120°56'12"），極西為東石鄉之塭港（東經 128°08'10"），極南為大埔鄉南端（北緯 23°15'05"），極北為大林鎮北勢（北緯 23°38'01"）。此外，嘉義縣水上鄉下寮村有北迴歸線通過，此線以南為熱帶圈，以北屬於亞熱帶圈。全縣面積 1,901.6725 平方公里，佔台灣地區總面積 5.35%。嘉義縣在行政區上畫分為二市二鎮十四鄉。

(二)地形

嘉義縣地區東側多山，在地形分區上為西部斜面，屬於中央山系之玉山彙，地勢向西漸緩。再向西則為介在西部斜面與嘉南海岸平原之間的丘陵地區，丘陵區西側則為嘉南海岸平原，在地形上以海拔 100 公尺及 500 公尺為界，分為平原區（面積 79,036 公頃，佔全縣面積 41.56%）、丘陵區（面積 42,679 公頃，佔全縣面積 22.45%）及山地區（面積 68,452 公頃，佔全縣面積 35.99%）三部分。

(三)水文

嘉義縣之三條主要河川皆源自東側高山，向西流入臺灣海峽，自北至南依序為北港溪、朴子溪及八掌溪。中、下游河段係屬壯年期河川，上游河段則介乎幼年期或壯年期河川，可知這些水系河川極不穩定。加上雨量在季節之分佈極不平均，故每遇豪雨時，山區容易發生沖蝕，洪流挾帶泥沙宣洩而下，衝出山谷後，極易侵蝕河岸，引起山崩地滑，產生大量砂石堆積河道，致洪水氾濫成災，造成居民生命財產之重大損失。茲將嘉義縣境內三條主要河川概況分述如下：

1.北港溪

北港溪發源於林內附近山邊，源地高 335 公尺，長 83 公里，平均比降為 1

／248，流域面積為 751 平方公里，枯水流量為每秒 0.1 立方公尺，洪水流量為每秒 2,023 立方公尺。

就行政區域而言，北港河流域涵蓋了雲林縣及嘉義地區，嘉義縣部份包括大林鎮、溪口鎮、民雄鄉、新港鄉、六腳鄉、東石鄉、梅山鄉等 7 鄉鎮。

2. 朴子溪

發源於大坑、塘湖，源地高約 900 公尺，向西流經嘉義之北，過朴子入臺灣海峽，長 71 公里，平均比降為 1／79，流域面積 294 平方公里，枯水流量為每秒 0.2 立方公尺，洪水流量為每秒 1,100 立方公尺。

朴子溪貫穿嘉義地區，其流經之地區包括番路鄉、竹崎鄉、民雄鄉、新港鄉、太保市、六腳鄉、朴子市、鹿草鄉、水上鄉、義竹鄉、東石鄉及布袋鎮。

3. 八掌溪

發源於奮起湖，源地高約 1,200 公尺，長 74 公里，平均比降為 1／62，流域面積 478 平方公里，洪水流量為每秒 1,800 立方公尺；枯水流量為每秒 0.4 立方公尺，向西南流過鹽水入臺灣海峽。就行政區域而言，八掌河流域涵蓋了台南縣及嘉義地區，嘉義縣部份包括番路鄉、中埔鄉、民雄鄉及水上鄉。

除這三條河川外，尚有數條次要河川如三疊溪、坑頭厝溪、水尾溪、番仔溪、麻園寮溪、連樹林溪、大埔溪、到孔山溪、早知溪、旱溪及中莊溪等，縱橫灌溉於縣內田埔阡陌，並挾帶大量之沖積物，沉積於沿海平原上，變成海埔新生地。

二、人口分布、密度與戶數

(一) 人口分布

嘉義縣屬於典型農業縣，六○年代後期，農村勞動人口紛紛外流，致人口逐年減少，惟近年隨著工業區的陸續開發，及亟力於發展觀光事業，因而就業機會增加，人口數已漸呈穩定。依據戶籍登記資料，民國九十一年底本縣人口數為 562,394 人，較九十年底減少 971 人或 -0.17%，其中男性人口為 296,380 人，女性人口為 266,014 人；各鄉鎮市人口數，以民雄鄉 71,605 人為最多，占全縣總人口之 12.73%，其次為水上鄉 55,724 人，占 9.91%，再次為中埔鄉 48,452 人，占 8.62%，而阿里山鄉 6,195 人及大埔鄉僅 3,644 人，均未逾萬人為最少，

各僅占 1.10% 及 0.65%。

(二)人口密度

九十一年底嘉義縣人口密度為每平方公里 295.74 人，就各鄉鎮市比較，以朴子市達 890.75 人為最高，而以阿里山鄉僅 14.48 人最低。

(三)戶數

民國八十二年底全縣總戶數為 135,515 戶，至九十一年底已增至 158,808 戶，十年來計增 23,293 戶或 17.19%，主要係因經濟、社會結構轉型變遷影響，小家庭制度已漸取代傳統大家庭制度所致；而相對上，戶量則呈逐年下降趨勢，民國八十二年底本縣平均每戶人口數（即戶量）有 4.15 人，自八十五年起則已降至 4 人以下，而九十一年底之平均每戶人口數僅為 3.54 人。

三、嘉義縣長期發展計畫

由於農業生產條件十分優越，加上距離中國大陸福建省最近，使得嘉義縣之發展相當早，遠在明永曆 15 年（西元 1661 年）延平郡王鄭成功據守臺灣時，即已設府管轄，此種發展上的優勢一直持續到日據時期前才稍有改變。日據時期，因為政治結構的轉變，使得區域經濟關係也發生了變化，對外貿易的地位略有下降；但是由於嘉義縣仍為臺灣地區最重要的稻米生產地之一，在以農為主的社會中，仍維持相當重要的區域地位，城鄉發展狀況也還能保持相當穩定。到了光復以後，海峽兩岸間的持續緊張關係，使得臺灣海峽形同一道隔屏，造成嘉義的對外營運角色更形沒落，政治上的地位也無起色；至五十年代後，隨著臺灣地區整體經濟的起飛，經濟重心逐漸由農業移轉到工業及商業、服務業等，素有「嘉南米倉」之稱的嘉義縣，在整個區域發展中的角色地位更形沒落，雖然嘉義縣、市已在行政體系上分開，但在區域依賴關係上並無明顯的轉變，反而在發展腳步上時現不一致的現象，對大嘉義地區在區域地位的提升並無顯著的助益。因此，針對嘉義縣未來區域角色之定位與發展，主要有以下四點：

(一)再現「嘉南米倉」的新活力

因應未來台灣加入 WTO 後之衝擊，應積極調整嘉義縣一級產業（農、林、漁、牧）結構，朝向精緻化與高附加價值之經營型態，並加強產品運銷管道的流

通，再現「嘉南米倉」的新活力。

嘉義縣自古以農立縣，素有「嘉南米倉」之譽，至今仍是重要的農業縣份；嘉義縣之居民從事農林漁牧業者約佔 55%，其農業作物與漁業養殖的產量佔有重要的地位，但相對於現今工商發展的影響，已喪失優勢條件，現又面臨農業人口老化、素質低落且所得偏低的問題，再加上加入 WTO 後面臨國際市場的開放，將對嘉義縣一級產業部門造成相當大的衝擊，亟須調整現有的發展型態。

(二)區域空間土地的再結構

由於山區土地之不當開發，森林濫墾、大量種植檳榔、山葵...等經濟價值較高之作物，造成水資源污染問題，且每逢七至九月的雨季，易使山區崩塌，因此，如何兼顧水土保持與經濟發展上實為嘉義縣之重要課題。

沿海地區土地由於土地鹽化的影響，使得農業發展受到極大的限制。在經濟誘因下致使民衆往獲利較豐之養殖業發展，再加上地下水成本低廉、水溫穩定、水量固定且污染較少，因此民衆大量開鑿水井抽取地下水，造成地下水超抽及地層下陷，海水倒灌情形嚴重，危及居民生命財產安全。

為解決上述問題，區域空間土地結構的調整及重大建設區位的配合投入（如白水湖遊憩區的開發...等），將可促使區域空間土地的做有效的發展與利用，並避免敏感性土地不當開發造成對環境之衝擊與影響。

(三)區域新成長中心的建立

嘉義縣城鄉聚落的發展過程中，由於現有的都市計畫區大多數依附在各鄉鎮市的政經中心，取決於現有城鄉聚落的發展現況，形成各自為政的分散型態，顯示嘉義縣城鄉聚落發展零散、人口都市規模狹小、缺乏整體考量發展的配合，城鄉定位不明、功能不彰、互動不協調，各項公共建設投資因而緩慢缺乏重點，形成處處加強建設卻處處薄弱、發展落後、人口外流的現象。

為有效控制嘉義縣城鄉聚落發展及均衡區域發展，加強太保市的建設、加強工業區之設置、高鐵太保站、高鐵特定區、縣治所在地...等建設，未來發展潛力無窮。太保市、嘉義市發展為「雙核心都會區」，並結合朴子、民雄、水上等小核心都市發展成為嘉義都會區新的區域成長中心，以帶動城鄉均衡發展，創造區

域生命力的再生與發展。

(四)建立全縣城鄉發展之成長管理系統

整體檢討現有各項重大建設，合理配置公共建設資源，以促進地方之發展。從過去嘉義縣發展歷程中，發現嘉義縣計畫研擬繁多且彼此之間多配合不佳，致使地方建設缺乏明確重點及方向；且雖然期以政策性計畫之研擬及各項建設計畫的投入，帶動產業升級與區域發展，以改善嘉義縣人口外流、產業發展落後的局面，但是嘉義縣目前之重大建設欠缺整體發展考量，且由於嘉義地區之發展重心偏向嘉義生活圈，使得西半部朴子次生活圈的發展相形見拙，且因行政體制的不同、權限的劃分（嘉義縣、嘉義市）造成缺乏政策性整合、與整體規劃建設，影響區域城鄉均衡之發展。

因此有鑒於均衡嘉義地方發展之重要性，未來在考量重大建設之投入時，須整體檢討現有之發展政策、區域分配之均衡性、以及對地方所產生的衝擊，來合理引導公共建設的資源，期以城鄉之成長管理來提升生活環境品質、並帶動地方之建設與發展。

由於現今社會環境逐漸開放，許多環境條件已逐漸轉變，因此，展望未來，期能打破先前嘉義縣不利的發展因素，利用嘉義縣本身具有的條件與優點，創造未來發展的契機，並重現嘉義新的生命力。

分析嘉義縣未來的發展條件，具有以下幾點發展優勢：

(一)海峽兩岸間貿易往來的逐漸恢復

海峽兩岸間雖因政治理念、制度...等之差異，交流之腳步十分謹慎且緩慢，但展望未來之經貿關係，應將有所突破，期能使嘉義縣與大陸（尤其是福建地區）間的貿易、產業合作日漸繁密；透過產業的垂直分工與轉運，部份產業也能以大陸為腹地，做有效之利用與發展，因此將能改善目前區域結構之發展格局。

(二)擁有大量的土地資源可供發展

在人口一千萬以上的國家中，臺灣地區的人口密度高居世界第二位，僅次於孟加拉；在地小人稠的情況下，土地的取得已成為許多縣市再發展的瓶頸；但此同時，嘉義縣仍保有大量可供發展的土地，如能配合加速改善基礎設施，當可有

效吸引廠商前來投資，形成縣市競爭間的有利條件。另外，生活型態的轉變，導致觀光休閒、退休安養、醫療保護...等新需求的產生，對於擁有大量土地資源的嘉義縣，也帶來值得重視的商機。

(三)地方自主時代的來臨

隨著省縣自治法的完成與新國土開發體制...等之逐漸確立，縣政府將擁有更高的發展自主權，而不必受限於過去僵化的法令制度，此時若能配合前瞻性的理念、合理完善的規劃與腳踏實地的建設，當可有效運用潛在的優勢，打破區域邊緣的角色，提升嘉義縣在區域發展中的地位。

因此，展望未來，嘉義縣在區域發展中的角色應不再侷限於臺灣地區農業生產的邊緣性地位，宜配合前述的轉變及行政院有關「科技島」的構想，重新尋求新的角色定位，除了在臺灣地區扮演精緻農業生產、觀光休閒與醫療服務的重要基地外，科技產業與貿易服務更應以大中國區域經濟為範疇，在產業之水平與垂直分工上提升地位，並經由重大基礎建設嘗試扮演著中間關鍵的角色。

嘉義縣整體發展方向應是打破過去發展緩慢的限制，再現生命力的成長空間，在整個環境的容受力之下，善用現有的資源、條件，結合地方特有的文化特性，以富裕、健康和永續發展為中心，掌握外部環境的變遷與內部土地資源的優勢，突破科技、觀光、醫療產業發展的瓶頸，同時加強交通、生活基礎建設，提升縣民生活福祉，開創 21 世紀新縣民時代的來臨。

第二節 雲林縣現況發展分析

一、自然環境概況

(一)地理位置

雲林縣位於台灣地區中南部，處於台灣地區最大平原—嘉南平原之北端，東西寬約 50 公里，南北長約 38 公里，全縣面積約 1290.84 平方公里，約佔台灣總面積 3.59%。雲林縣東鄰南投縣，極東為古坑鄉古坑（東經 120°43'24"，北緯 23°36'48"），西臨台灣海峽，極西為口湖鄉外傘頂洲（東經 120°00'00"，北緯 23°28'50"），乃台灣地區極西地帶，南以北港溪為界毗鄰嘉義縣，極南為口

湖鄉外傘頂洲(東經 120°01'00", 北緯 23°28'00"), 北隔濁水溪與彰化縣銜接, 極北為麥寮鄉許厝寮(東經 120°15'00", 北緯 23°49'56")。

(二)地形

雲林縣地形輪廓為東西狹長, 呈不規則之長方形狀, 境內絕大部份為平坦之平原地形, 佔全縣面積 87% 以上, 僅斗六市、林內鄉為山地丘陵, 古坑鄉則介於山地丘陵與中高海拔之地形。依地勢而言, 東部為中央山脈玉山山系向西逐漸趨於平坦, 超過 1000 公尺以上的山區面積有限, 雲林縣地形可區分為濱海、平原、山坡丘陵、高山等四大類型, 分別說明如下:

1.濱海地區

雲林縣濱海鄉鎮有麥寮、台西、四湖、口湖等四鄉鎮, 形成一狹長之海岸線。本區主要由濱海沖積平原、海埔新生地及外海沙洲地所組成, 茲分述如下:

(1)濱海沖積平原區

由境內濁水溪、新虎尾溪、北港溪等沖積而成, 與隆起之海岸連接, 形成東高西低之緩坡濱海沖積平原。其潮間帶面積達 47 平方公里左右, 海岸陸棚緩和和平坦, 海底生物豐富, 有利魚類棲息繁殖, 漁業發展環境優良。

(2)海埔新生地

台灣由於地形及地質關係, 海埔地大多分佈在西海岸, 許多主要河川由西海岸線入海, 入海時河流流速驟減, 致使攜帶之泥沙大量淤積於河口附近, 由於沙源不斷, 並受風、潮汐、波浪等交互作用, 河口便逐漸淤積而向外隆起, 形成自然的海埔地或沙洲。雲林海埔地自濁水溪口以南至三條崙以北地區均屬之, 總面積約 8137 公頃, 其中以台西及麥寮海埔地面積最大。

(3)沙洲地

主要分佈於口湖鄉與嘉義縣東石鄉海岸線之西南外海處。雲林縣外海沙洲地計有開南島、統山洲、子寮汕、外傘頂洲、海豐島及其小洲, 但因外海沙洲地為濁水溪流砂堆積而成之浮洲, 不能從事作物生產, 僅能為漁民作業之根據地。

2. 平原地區

雲林縣地形地勢大都為海拔 100 公尺以下之平坦緩坡平原地區，主要分佈在古坑鄉以西至水林、四湖、東勢、麥寮連源以東，其又可分為兩部份：

(1)自斗六圳以迄海拔 30 公尺間，即斗南、虎尾、西螺連線以東，在 15 公里之內高度降低 70 公尺，平均坡度為千分之 4.6，利用扇面原始坡度極易引水灌溉，適合各種農業生產。

(2)自海拔 30 公尺以迄海拔 5 公尺之間，即斗南、虎尾、西螺連線與水林、四湖、東勢、麥寮連線間，在 20 公里之間高度降低 25 公尺，坡度為千分之 1.25，地勢甚為平坦，常造成積水、排水不良之現象，導致豪雨災害。

3. 山坡丘陵地區

海拔 100 公尺以上山坡地，分佈於林內、斗六、古坑三鄉鎮，地勢起伏，高度不大，屬淺山丘陵地。

4. 高山地區

雲林縣高山地區分佈於古坑鄉與南投縣、嘉義縣交界處，屬中央山脈玉山西山系，由玉山主脈呈西北走向，區內超過海拔 1000 公尺以上之高山計有尖山、石壁山、番子田等山脈，分述如下：

(1)石壁山：位於古坑鄉與嘉義縣吳鳳鄉接壤處，海拔標高 1750 公尺，為雲林縣境內第一高峰，山勢峻峭且自然景緻瑰麗。

(2)尖山：分為大尖山、二尖山，位於古坑鄉與嘉義縣梅山鄉交界處，大尖山海拔 1304 公尺，二尖山海拔 1265 公尺，為雲林縣第二、三高峰，形成雲林縣東南方之天然屏障。

(3)番子田山脈：位於古坑鄉與南投縣竹山鎮交界處，番子田主峰位於竹山境內（海拔高 1649 公尺），向西南延伸形成石壁、內湖地區屬高山地區，多未經人為開發。

5. 水文

雲林境內河川受中央山脈及天然地形之影響，皆發源於東部山區，河川均短

且陡，順著地形蜿蜒流貫雲林平原，而後注入台灣海峽。濁水溪與北港溪為主要河川，濁水溪橫互雲林縣北面與彰化縣為界，為台灣境內最長之河川，全長 186.4 公里，亦為雲林縣之重要農業灌溉水源之一。北港溪彎延迴繞於雲林縣南境，隨著生活水準的提升，人口集居，污染物之處理未盡妥善，及民間隨意於河堤岸邊棄置垃圾或於河床盜採砂石，造成了北港溪水源之嚴重污染，宜儘速加以整治。

二、人口分布、密度與戶數

(一)人口分布

雲林縣由於青壯人口外流，致使老年化人口比例加重而增加了死亡率之升高。再者社會增加率方面，各年遷出人口數遠較遷入者為多，因此本縣近十年來人口之社會增加率均呈負成長，更使得雲林縣人口成長遲緩抑或衰退的原因。

台灣地區總人口數在民國八十二年底為 20,944,006 人，雲林縣人口數為 755,753 人，占總人口數 3.61%，至民國九十一年底台灣地區總人口數增為 22,453,080 人，雲林縣人口數不增反降為 742,797 人，占總人口數之 3.31%。

雲林縣在行政區域上設有二十個鄉鎮市(斗六、斗南、虎尾、西螺、土庫、北港等六市鎮，古坑等十四鄉)，在人口分佈上，民國八十二年底斗六市約占全縣的 12.31%，斗南等五鎮合占 32.71%，古坑等十四個鄉合占 54.98%，至民國九十一年底斗六市約占全縣的 13.79%，斗南等五鎮合占 32.93%，古坑等十四個鄉合占 53.28%，其中褒忠鄉僅占 2.08% 左右，人口分佈不均勻，影響地方均衡發展。

(二)人口密度

雲林縣全境土地面積(九十一年底)計達 1,290.8351 平方公里，人口密度為每平方公里 575.44 人，性比例稍偏高，九十一年底為 111.44 即 100 位女人相對男人數為 111.44 人，戶量(每戶平均人口數) 九十一年底為 3.61 人較八十二年之 4.21 人減少 0.6 人，呈現逐年遞減，顯示小家庭制度盛行。

三、雲林縣長期發展計畫

為配合聚落人口及產業發展規模之需求，提高生活水準，促進全縣各地區之均衡發展，乃藉由雲林縣生活圈與聚落體系之現況分析，及上位計畫與相關計畫

之指導，研擬出雲林縣生活圈與聚落發展計畫，以調整縣內各鄉鎮市之空間發展模式，使各地區之生活環境均衡發展。

依人口成長及都市之發展，將斗六、斗南、虎尾三聚落連結一起，成為三核心都會區，發揮其原有之工商及行政等服務機能，並加強公共設施建設及土地之整體開發，以提升都市環境品質。

考量各聚落之商業機能、教育設施機能、公共設施機能及各階段人口數，將原中部區域計畫雲林縣之都市階層體系予以調整。於民國 95 年時，配合三核心都會區之發展將虎尾由一般市鎮提升為地方中心，而水林、元長、二崙、古坑、四湖由農村集居階層調整為一般市鎮。

地方生活圈發展，於短中長期內，依中部區域計畫之地方生活圈發展構想，將雲林縣仍劃為三個地方生活圈，即斗六地方生活圈（包括斗六市、斗南鎮、林內鄉、蔴桐鄉、大埤鄉、古坑鄉）、虎尾地方生活圈（包括虎尾鎮、西螺鎮、土庫鎮、二崙鄉、崙背鄉、褒忠鄉、東勢鄉麥寮鄉、台西鄉）及北港生活圈（包括北港鎮、水林鄉、元長鄉、四湖鄉、口湖鄉）。於長期上則配合離島工業區之開發及沿海鄉鎮之都市發展，規劃一處新西北地方生活圈，調整後之地方生活圈為斗六地方生活圈（包括斗六市、斗南鎮、林內鄉、蔴桐鄉、大埤鄉、古坑鄉）、虎尾地方生活圈（包括虎尾鎮、西螺鎮、土庫鎮、二崙鄉、崙背鄉、褒忠鄉）、北港生活圈（包括北港鎮、水林鄉、元長鄉、口湖鄉）及新西北地方生活圈（包括麥寮鄉、台西鄉、東勢鄉、四湖鄉）。

採取據點開發策略，積極建設地方生活圈中心，期使開發效果擴大至於生活圈內各集居地區。並選擇人口、公共設施、產業等較具規模之聚落，如斗六、虎尾等作為模範發展聚落集中發展，以服務周圍農村，配置充足的公共設施，提高公共投資之效率，並吸引周圍散村人口逐漸遷居至此。

為健全鄉村聚落體系發展，擬配合「成長中心理論」，分期完成聚落建設，對於農委會已完成「現代化農漁村社區更新計畫」之聚落及綜合性中心性指數達 40 以上者，列為第一期優先發展聚落，而綜合性中心性指數在 40-30 者列為第二期優先發展聚落，並為配合鄉村聚落體系之未來發展，選擇重點聚落納入第二期優先發展聚落，以此序逐步規劃建設。選擇具發展潛力之聚落，加強各項公共設施建設，使其成為農村中心，帶動鄉村聚落體系之發展。並參照日本「農業振

興計畫」對於重點發展聚落，在土地開發、農業發展給予財稅金融的支持與優待。

除上述資訊以外，現階段雲林產業發展主要以雲林離島式基礎工業區為重心，可詳述如下：

雲林離島式基礎工業區依促進產業升級條律規定，完成可行性規劃及環境評估，經由經濟部審查通過，報奉行政院，於八十年六月二十六日核准編定為工業區，編定範圍面積(含水域部份)15,680 公頃。

(一)土地使用

計畫總造地面積約 10,767 公頃，分為麥寮、新興及四湖等三區，除麥寮區提供做為台塑企業集團之六輕及六輕擴大建廠用地外，另兩區之土地預定為提供電力、石油煉製及鋼鐵製造等基礎工業、中下游產業及自由貿易區或加工出口區。

(二)規劃概述

- 1.開發面積約 12,003 公頃，包含工業區、住宅區、港口及自然保留區。
- 2.採離島式造地，利用隔離水道與內陸隔離，具備環保、防洪、生態保育及遠離污染之功能。
- 3.引進產業包括煉油、煉鋼、石化、金屬等基礎工業，以及火力發電、基礎工業之中下游工業與相關科技產業。
- 4.離島與內陸間闢建五條聯外道路，跨越隔離水道與西部海濱快速道路及台 17 號省道相交，串連台西古坑線東西向快速道路，形成流暢便捷的運輸網路。
- 5.規劃麥寮工業專用港及四湖工業用港，預計碼頭容量可滿足龐大貨物吞吐量之需求。
- 6.海堤、道路兩側、各區邊界遍植防風林及寬綠帶，兼具保育、防風、防鹽害、美觀等功能。

第三節 台南縣現況發展分析

一、自然環境概況

(一)地理位置

台南縣位於台灣西南部，北以八掌溪與嘉義縣為鄰，南至二層行溪，東連烏山嶺，與高雄縣為界，西毗台灣海峽，西南以曾文溪與台南市為界。全縣總面積 201,600 公頃。

(二)地形

台南縣東半部為山坡地區，計 82,105 公頃，佔全縣面積三分之一；西半部為嘉南平原，佔全縣面積三分之二。

(三)水文

台南縣河川普遍面臨水質受污染問題。綜合而言，台南縣之河川有下列特徵：

1. 河川流量隨降雨而迅速漲落，而雨量大部份集中於每年五月至十月份降臨，旱季時流量極小。
2. 各河川源流短促，流域面積小，多分流入海，上游水庫截流；中下游由於大量污染物排入河川，超過涵容能力，使得河川普遍污染。
3. 發源於阿里山山脈之河川中、上游多係泥岩，掘鑿曲流旺盛，水土保持不易；下游河道平直，淤砂量高。
4. 發源於平原區之河川由於落差小，水流極緩，亦呈現曲流地形，切割平原。

二、人口分布、密度

(一)人口分布

台南縣地勢東高西低，山丘均在縣境東部，約佔全縣面積三分之一，其餘部份為肥沃的嘉南平原地帶，截至民國九十年底資料，土地面積為 2,016 平方公里，佔台灣地區總面積的 5.60%，居第九位。縣內人口總數 1,107,397 人，佔台灣地區總人口 22,339,759 人的 4.96% 居第八位，其中男性 571,753 人佔縣內人口 51.63%，女性 535,644 人佔縣內人口 48.37%。

而人口的分佈，九十年代主要仍在永康市、新營市、仁德鄉、歸仁鄉、佳里鎮、麻豆鎮、新化鎮等七個鄉鎮市，合計人口數 557,153 人，佔台南縣人口 50.31%。其中以永康市 198,372 人佔台南縣人口 17.91% 最高，其次為新營市 77,661 人佔台南縣人口 7.01%。人口少的鄉鎮分別為龍崎鄉 4,418 人佔台南縣人口 0.40% 最低，其次是左鎮鄉 6,080 人佔台南縣人口 0.55% 次低。

台南縣人口的分佈並不均勻，主要人口分佈的七個鄉鎮市人口合計佔台南縣總人口的 50.31%，七個鄉鎮市民眾居住在 340.35 平方公里(佔台南縣面積 16.88%)的土地上，而像南化鄉人口佔台南縣總人口的 0.86% 分布居住在 171.52 平方公里(佔台南縣面積 8.51%)的土地上，人口分佈差距懸殊。

(二)人口密度

人口密度表示每單位土地面積內之人口數。九十年代台南縣人口密度為 549.30 人/平方公里。

就台南縣各鄉鎮市人口密度觀察，以永康市 4,925.40 人/平方公里最稠密，新營市 2,015.15 人/平方公里次之，其餘如佳里鎮、仁德鄉、歸仁鄉等皆超過每平方公里千人，人口向都市集中趨勢明顯。人口密度稀疏之地，則以南化鄉 55.75 人/平方公里最低，其次為龍崎鄉 68.94 人/平方公里，左鎮鄉 81.17 人/平方公里再次之，三鄉鎮皆不足每平方公里百人。

三、台南縣長期發展計畫

台南都會區乃全台灣開發最早的地區，從荷據時期起，經鄭氏三代，直至清光緒元年（西元 1875 年）二世紀半的時間，台南地區一直是全台灣的軍政、文化和經濟重心。雖然目前台灣的政經中心在台灣北部，但台南仍擁有經濟、生態、文化方面的雄厚基礎，在政府推展「跨世紀國家建設計畫」，以「建設台灣成為綠色砂島」作為新世紀的目標願景，優先考量生態環境保護，以知識及資訊通信科技為本的「知識經濟」，確保國家永續發展的目標下，配合加入 WTO 及休閒時代的趨勢，台南縣應從農業大縣轉型，以建立一個觀光、科技與文化並重的新都會，做為都市建設發展的方向。所以其未來發展重點分成三項目標：

目標一：觀光休閒—妥善運用觀光資源、開創休閒農漁業新氣象。

(一)城鄉休閒事業管理

1. 城鄉新風貌策略
2. 產業文化發展
3. 風景特定區回春計畫
4. 節慶活動開發與行銷

目標二：科技發展—整合台南縣市科技與資訊資源，帶動台南地區高科技產業發展。

(一)區域科技資源管理

1. 工業區創新發展
2. 產業困境之因應策略
3. 區域科技資源中心
4. 科技工業與人才培養相輔相成

(二)資訊城市經營管理

1. 地理資訊庫建置
2. 網際網路建置
3. 運籌中心

目標三：生態文化—透過都市成長與土地資源管理，追求永續發展都市。

(一)永續城鄉發展管理

1. 人口總量管制
2. 都市成長管理指標

(二)生態土地資源管理

- 1.發展限制與潛力地區劃設

- 2.土地資源管理策略

相關重要發展策略的如下：

- 1.以多核心發展，減緩台南都會區一極化的空間趨勢。

- 2.新營將結合柳營及鹽水發展成為縣北的都會中心，擴大都市服務的規模，並提供充分的工商發展用地。

- 3.台南科學園區將與台南市科技工業區串連，並結合安定、西港形成台南科技工業帶。

- 4.結合將軍鄉的將軍漁港、七股鄉的國際航空發展及地方中心佳里鎮的都市服務基礎，發展成為南部區域的運輸轉運中心。

- 5.積極發展縣區各大觀光遊憩系統、發展中心的都會休閒旅遊。

- 6.以國立台南藝術學院為核心，結合工研院南部分院發展成為南台灣高科技研究中心。

- 7.健全交通路網，均衡城鄉發展。

未來台南都會區將有四條南北大動脈貫穿其間。最東側將是南部第二高速公路，中間則是高速鐵路，靠西側是中山高速公路，最西側是西部濱海快速道路，東西向除了數條東西向快速道路外，尚有台南環線及台南捷運紅線，通過台南市區行經仁德、歸仁、關廟，連結高鐵；台南市西側之捷運綠線行經大天后宮，北至永康，南接台南機場，並計畫延伸至新市科學園區。最東側的捷運藍線，沿中華東路，西至安平港運河區，北經中洲寮跨入台南縣境。這些由台南都會區核心地帶伸出的大動脈，將台南縣市以及高雄地區，結合成新的南部都會區，使得區域的發展得以南北並重，城鄉之差距足以縮小，其功能如下：

- (1)促進都市機能集中。

- (2)利用運輸系統整合，達成都會多元發展目標。

除上述資訊，台南縣產業發展現況主要以台南科學園區為重心，詳述如下：

台南科學工業園區用地將由國科會與台糖公司已合作開發方式取得土地使用權，並由國科會規劃設置高科技產業專業區。初期將設置「微電子精密機械」、「半導體」及「農業生物技術」三個專業區，除接受投資者申請及審核期規劃引進之高科技產業外，並將主動規劃建立共用貴重設備資源，發展新技術及新產品，俾有效帶動高科技產業發展。另推動產學合作計畫，實施獎勵投資之優惠投資措施等，以營造產業發展之良好環境。台南科學工業園區之規劃、開發、產業引進與營運管理由國科會辦理。

園區土地使用規劃為台南科學工業園區第一期土地面積約 400 公頃，第二期土地面積約 250 公頃。第一期開發區內包括三個專業區、產學研發中心、管理中心、貨物轉運區、環保中心、住宅區、道路、公園等，並透過景觀設計，使環境公園化及色彩化。

在台南科學園區周遭設置特定區，其規劃構想採低密度開發方式，並管制建物與土地使用，進行完善之高品質都市規劃，以配合台南科學工業園區之發展。特定區主要機能為：1.提供園區從業人員及其眷屬約 11 萬人之居住與休閒空間。2.提供園區員工子女教育設施，包括雙與學校。3.提供研發機構、商業服務、大型會議空間等支援性設施。4.提供園區聯外道路、排水等區域性、系統性設施用地。另外，台南縣政府計畫於民國 93 年在特定區內取得約 400 公頃土地，配合未來園區之擴充發展，規劃為工業區。特定區之設置、開發與管理，由台南縣政府負責。

第四節 台南市現況發展分析

一、自然環境概況

(一)地理位置

台南市位於臺灣本島西南隅，嘉南平原的南端，南距高雄都會中心五十公里，西濱台灣海峽，東接台南縣永康、仁德兩鄉，南隔二仁溪與高雄縣茄萣鄉接壤，北界曾文溪與台南縣七股、西港、安定鄉毗鄰。

全市分東、西、南、北、中及安平、安南等七個行政區。總面積 175.6456

平方公里。其中安南區面積最大，佔全市總面積五分之三，為台南市最重要的農漁業區。

(二)地形

全市地形北闊南尖，略成三角形。整體而言，地勢低，起伏度小而呈平坦，除東北稍為傾斜外，西南一望無際，地面標高自東側之三十公尺逐漸下降至二公尺以下，沒有顯著的斜坡地形。此種平坦的土地，十分適宜聚落的發展。將台南市地形細分研究，大致有四種地形區：臺南台地，大灣低地、安平平原、櫻丘砂丘。

(三)水文

台南市重要河川共計四條，包括主要河川－曾文溪、二仁溪、鹽水溪三條，及普通河川－鹿耳門溪一條，另有竹溪寺溪、柴頭港溪等天然排水幹線。由於地勢東高西低，河川均自東向西流。南部區域夏雨集中，河川枯水期與豐水期的流量、最高與最低水位相差頗大，現茲將各河川特性分述於下：

1.曾文溪

發源於阿里山脈西南坡之萬歲山，流經嘉義縣、台南縣市後，於七股鄉與台南市交界處出海，流長 138 公里，流域面積 1176.64 平方公里，年雨量 2594 公厘，百分之 90 集中於五至十月的雨季，逕流量豐沛，但豐枯極為懸殊，在一至四月枯水期尚有枯水現象。流域內土地肥沃，農業發達，稻米產量甚高，為嘉南平原最大也是最重要的河川。

2.二仁溪

發源於高雄縣山豬湖，流經高雄縣、台南縣市，於台南市與茄萣鄉間出海，流長 65 公里，流域面積 350k。二仁溪兩岸農地因灌溉水源不足，農產以甘薯、甘蔗等旱作為主。流域內近年來工商發達，並有水泥廠之設廠，造成水源品質日趨惡化，尤以右岸支流三爺宮溪，流經仁德地區，污染最為嚴重，經常造成下游地區農作物之損害。

3.鹽水溪

發源於台南縣大坑尾，流經新化、關廟、新市、永康及台南市安平地區而入

海，全長 87 公里，流域面積 211k m²。溪水在台南縣的豐化橋以下，承受大洲排水路、永康排水路等都市與工業廢水之排入，水質嚴重惡化，污染近海之養殖業及漁業。

4. 鹿耳門溪

發源於市內學甲寮，流經安南區中西部，最後在四草湖附近入海。全長僅 8 公里，流域內土壤多為鹽土，又因近海，地勢低窪，時有海水倒灌現象發生，不適合農作物生長，是以土地利用均為漁塭與鹽田。

5. 竹溪

為台南市最大之天然排水幹線，源於糖業試驗所旁一號蓄水池，流經大林、體育場、安平工業區南界，注入安平新港，全長 10 公里。從前中上游竹林茂盛，風景秀麗，而今市政府已將竹溪寺溪附近及體育場、射箭場等規劃為體育公園，惟溪內污水墨黑、臭氣逼人，破壞景觀，急待改善。

6. 柴頭港溪

發源於四分子，流經開元寺，兒童樂園，於正覺寺、福德祠注入鹽水溪，全長 5.6 公里。幾十年前溪水清澈，魚蝦衆多，居民汲取溪水飲用，直至十餘年前，因工商業發達，人口密集，溪水水質逐漸惡化，如今不但魚蝦絕跡，溪水烏黑，而且垃圾堆積，臭氣四溢。

二、人口分布、密度

(一) 人口分布

台南市目前的行政分區為東區、西區、南區、北區、中區、安平區及安南區等七區。台南市人口在民國三十五年底僅有 161,624 人，民國三十八年底突破二十萬人，四十七年底突破三十萬人，至民國五十五年底、六十二年底與七十一年底，分別突破四十萬人、五十萬人與六十萬人，而七十萬人的瓶頸直至八十二年底始突破；由上述人口統計資料的變化可明顯得到，台南市人口成長速度近年來已逐年減緩。

由各行政區歷年來的人口資料中觀察得知，東區人口向為各行政區之首位，安南區因人口增加幅度較大躍居第二位，南區及北區則因近年來人口逐年減少而

落居第三、四位，安平區人口自七十七年起年年呈增加之趨勢，在八十七年以前皆居各行政區之末，八十九年人口數已超過中區及西區，居第五位，中區人口減少的現象相當明顯，為第六位，西區因人口年年銳減，從八十八年退居為台南市人口數最少之行政區。

(二)人口密度

人口密度的統計資料之中，台南市中區、西區、南區分別居各行政區中之第一、第三及第五位，雖然二十年來因為行政區域調整而使人口密度減低，但仍是生活空間小而人口密度高；此一現象可以用人口密度高，生活空間及品質自然較差，導致人口外移來解釋。相反的，安南區及安平區因為人口密度低，生活空間廣闊吸引人口遷入，此一優越的條件，對區域之未來發展有相當助益。

三、台南市長期發展計畫

台南市未來的發展方向，在確實體認都市發展的各種限制及潛力之後，擬以多樣體系的強化，親切尺度的維護、以及都市效率的提昇為台南市綜合發展的最高指導原則。在確認台南市都市發展的方向之後，政府與民間的力量應廣為結合，共同發揚台南特有的風格，使文化傳承不絕，並且努力維護台南市特有的親切尺度，塑造人性化的生活空間，同時提昇都市體系運作的效率，使之符合現代化之科技精神，如此將可使得傳統文化融合在現代文明之中，進而建設台南市成為一「文化、科技的生活都市」。

欲建設台南市為一「文化、科技的生活都市」，必須先確認台南特有之風格，強化台南市在文化與自然地景的特色，並且需努力塑造良好的生活空間，調整產業結構，有效的利用各類資源，再配合以有效的經營管理制度與正確的規劃概念，如此定能達成台南市綜合發展之目標，提高台南地區之可居性。

在「文化、科技的生活都市」之總目標指導下，台南市未來的發展必須達成以下三項分目標，此三項分目標分別為強化多樣的都市空間體系，維護都市親切的環境尺度，以及提昇都市的運作效率，為達成這三項目標，茲將台南市未來應有之發展策略分述如下：

(一)在發揚台南市特有之風格方面：

台南市特有風格的維護及發揚，在於清楚的分析、調查現有環境的資源與特色，並且訂定長期性都市保存與發展的計畫準則，以期對於未來發展予以正面的引導。除此之外，市政府應儘速研究建立都市設計準則，全面改善都市景觀與活動品質。都市設計是最有建設性且最有效的控制都市實質環境品質的手段，然必須經過詳細的研究，訂定適合地方特色的辦法，以有效的結合政府與民間的力量，共同維護並強化台南市獨特的風格。為達此一目標，台南市所應採取之策略，必須包括對人文資源的保護與再利用，以及自然資源的培育與開發等項目。

(二)在塑造人性化的生活空間方面

台南市應當努力維護都市的親切尺度並致力環境品質的改善，在此方面之重要策略包括防止都市化的過度蔓延強化社區結構，並整頓空間秩序，塑造人性化的生活空間。

(三)在建立有效率的都市結構方面

欲提升都市運作效率，必須先減少因不當運作而累積的負面影響，以免造成已有投資的浪費，使得產生的效益，不足以彌補更大的社會損失。這種公共及私人投資的浪費，市民身心健康的損害，社會問題的產生以及工作效率的低落，都造成了龐大的社會負成本的累積，不但全體市民必須付出代價，並且禍及後代子孫，實不能不予以重視、及時矯正，而矯正不能只予治標，必須從社會教育與制度的根本做起，亦即秩序的重整，以及社會公平原則的確立來著手，同時還應確立社會公平的原則，使利益做合理的分配，如此才能提高各個團體共同建設的意願，減少人力及資金的閒置與浪費。

附錄二：嘉義市特色產業整體發展規劃研究 座談會會議紀錄

座談會第一場會議紀錄

一、會議時間：中華民國九十三年五月三十一日（星期一）下午二時整

二、會議地點：國立嘉義大學林森校區第四研討室

三、主席：計畫主持人 侯嘉政 主任

紀錄：國立嘉義大學

四、出席人員：嘉義市政府企劃室朱科員俊佳、國立嘉義大學農學院沈院長再木、倉佑食業郭副總經理良圭、愛之味陳副總經理鏡堯、高欣建設股份有限公司簡董事長麗環、主人廣播電台股份有限公司廖總經理鳳彬、聖馬爾定醫院護理部林主任慈恩、高杰建設股份有限公司高董事長文津、鴻鈺股份有限公司李財務經理淑娟、南陽化學工業股份有限公司蔡總經理爾健、振鍵產業股份有限公司蕭總經理坤松、喜鉞食品有限公司嚴董事長美容、以及嘉義市建設局饒局長嘉博等共計 13 位(依姓名順序排序)。



五、主席報告：(略)

六、規劃單位(國立嘉義大學)簡報：(略)

七、與會貴賓之意見：

(一) 嘉義市政府企劃室朱科員俊佳：

1. 本案所規劃的四個特色產業，其中數位軟體的利基何在？若此部份許多資源已被中央或地方政府分配掉，是否應考慮一些應用層面，比方與地區性電視台合作。

(二) 國立嘉義大學農學院沈院長再木：

1. 本案所規劃特色產業中之養生產業，歸類的依據為何？是否有一些相關的文獻支持。

2. 貴單位規劃之養生產業範圍相當廣，相關的產業很多，本人建議在「休閒保健」部份可加入「休閒運動保健」以及「家居生活環境改善」兩項。



(三) 倉佑食業郭副總經理良圭：

1. 產業的發展與老人人口老化無關，例如：發展養生產業應會帶來更多青年人口參與照顧服務或醫療相關工作，如此應該會使人口更年輕化。
2. 關於養生產業，本人認為不論是居家照護，或是養生，其實也可以包含「養死」，也就是殯葬禮儀等行業，其實與我們的教育很有關係，也就是人才資源的取得。建議規劃時要考慮到嘉義這邊的大學可提供哪些的人才培育資源。

(四) 愛之味陳副總經理鏡堯：

1. 若不要從在地人的角度，從觀光客的角度來看嘉義，其實不必花費很多的資源，老舊的東西保護一下，例如舊市政府拆掉不是很可惜嗎？可以蓋成博物館嘛。用心最重要，相對於要發展特色產業，市政的一些建設還有改善相對是比較容易的，也可以給外來的觀光客一些更好的印象。
2. 大雅路其實真的很好，也非常值得開發，但是政府這邊也要注意管制上面的問題，例如：違建的問題。
3. 市政府應考慮發展策略性產業對企業的誘因何在？能否提供充份的誘因？像過去台商在大陸投資一樣，包括低息、低利、低稅...等獎勵措施。一旦沒有足夠的誘因，在發展產業上資金將是一個很大的問題。

(五) 高欣建設股份有限公司簡董事長麗環：

1. 在未來的消費時代有三項趨勢非常重要，包括：高價格的消費設施、高質感的軟體服務以及良好的情境演出。在考慮發展特色產業時應

該將以上這些元素給融入進去。

2. 嘉義市雖然小，但它應是小而美小而精，小反而對我們有優勢。嘉義市有什麼優勢？其實大雅路的獨居茶樓、餐飲文化加上靠近優美的蘭潭，真是很棒的風貌。另外，嘉大是一塊知識基地，嘉大的農學院、中草藥與食品中心等資源也都非常的獨特，應有更清楚的定位。相較之下，數位內容與生技產業在嘉義市是沒有競爭優勢的，數位內容在台灣起步都太晚，何況嘉義市。
3. 養生產業其實就是銀髮產業，它包括娛樂、休閒以及照護的重點，建議應考慮在執行上軟硬體設施的建設與配合、文化上的衝擊，以及與在地優勢的結合。過去東隆五金就曾經有一塊一萬多坪的地想與嘉基合作一些養生照護的計畫。但後來沒成功，因此軟硬體加上醫療上的配合是很重要的。
4. 很多規劃的很好，但是對產業經濟的附加價值不大。例如中正大學的鳳梨文化季，其實外地人就並不清楚了。計畫必須要有一個核心，重點在於深耕，如果沒有深耕很容易就被取代掉了。例如：白河有蓮花，桃園觀音也發展起來。這就是沒有深耕的結果，別人很快可以取代。
5. 照顧服務產業部份，嘉南甚至全國各地都在做，例如長庚與其它醫療體系也紛紛介入，週邊的競爭很強，但是嘉義週邊的內需很多，建議嘉義的特色應該要著重在行銷，否則外人很難知道。產業的行銷其實比企業行銷還難，重點是要能聚焦。



(六) 主人廣播電台股份有限公司廖總經理鳳彬：

1. 建議養生產業不一定要侷限在銀髮族，還可結合預防醫學等方面。目前大雅路一帶一直到嘉義公園整個帶狀的發展都已經很完整，準備好了，應該可以加以開發。

2. 關於上位計畫的資源掌握，很多公部門往往只停留在計畫階段，而未加以執行。而數位內容與生物技術產業嘉義市要發展應已經來不及了。
3. 在觀光產業上，身為挑戰 2008 中觀光客倍增計畫南部行銷小組的召集人，本人認為嘉義市在一塊並沒有抓到重點和機會，未來如何定位該仔細思考。
4. 在規劃特色的時候如何「產業化」的規劃非常重要。以養生園區為例，先前諸位有提到從嘉義公園到蘭潭一帶是非常好的地點。但如何能創造出具有產值的產業值得規劃單位再加以思考。另外，建議在文化創意產業中可以將嘉義市過去一些跳蚤市場的模式落實到當中。

(七) 聖馬爾定醫院護理部林主任慈恩：

1. 提到醫療產業，其實了解聖馬爾定醫院一直都期望能與企業界結合，但是本院追求的並不是以醫學中心為發展目標，相對的，五年多來本院在長期照護上做了許多努力，護理之家的品質也備受肯定。
2. 本院未來所追求的不會與長庚發展的養生文化村一樣(附帶一提，林口養生文化村質感很好，但其實氣候較不適合老人家居住)，相對的本院追求的是可近性高的，是一種在地老化的照顧服務，甚至能擴大到預防醫學與健康醫院，將養生從銀髮族擴張到一般兒童與婦女等。

(八) 高杰建設股份有限公司高董事長文津：

1. 補充幾點嘉義市特有的資源給規劃單位參考，第一是農試所，第二是中油的人事訓練所，另外還有嘉義大學農學院的蘭花研究中心，這些都是嘉義市的寶藏，例如：蘭花研究中心的品質就高於國內其它地方。
2. 嘉義市有很好的生活機能，應不至被邊緣化。建議嘉義市可以往「食」方面來發展，例如民國路造街，將該地原本許多的北方麵食及其它

特色小吃加以規劃，透過造街也可以形成一種特色產業。

(九) 鴻鈺股份有限公司李財務經理淑娟：

1. 規劃單位除了考慮特色產業地方化之外，也應一併考慮地方產業的特色化。
2. 規劃單位提出的四個特色產業中，第三與第四個產業嘉義市要發展的機會不大了。相對養生與輔具等產業是較看好的，但是特別提醒要注意「時效性」的問題，因為許多縣市與企業也同樣在計畫或發展當中。
3. 一旦要發展特色產業，希望市政府這邊在法規研擬與獎勵方案上能給予正面的幫助，例如：製造工廠設廠或用地各方面的優惠條例。


(十) 南陽化學工業股份有限公司蔡總經理爾健：

1. 養生產業本來就是各地方都該做的。建議要發展特色產業，嘉義市可以結合其它產業成為一系列的配套活動，例如觀光客到嘉義市後可搭乘觀光公車到大雅路買花、到蘭潭遊憩、再到民國路去吃道地美食...等。
2. 建議特色產業發展可利用大雅路周邊來做，甚至剛才有貴賓提到蘭花，嘉義市約十年前有發展過，後來確沒有成功，因為缺乏一個平台，建議可利用大雅路來發展特色產業使蘭花中心再生。

(十一) 振鍵產業股份有限公司蕭總經理坤松：

1. 各位可以參考規劃單位提供關於嘉義市工商發展現況的分析，嘉義市 30 人以下的公司佔了將近 98%，產業幾乎都是以服務業為主，根據本人經驗過去 15 年來營業額超過一億元的企業在嘉義市是只出不入，這些現況都說明了嘉義市面臨的困境。最近商業週刊講的「阿祖的兒子」，正可說明嘉義縣市外移人口的情況，但是也就是因為如此，嘉義市要發展特色產業在照顧服務上也有一定的機會。
2. 接續先前各位所提的，本人亦覺得在數位內容與生物技術上嘉義市在發展上沒有競爭優勢。另外在文化創意產業上，本人認為其名稱

與範圍都過於空泛。嘉義市雖然有一個優勢是交通便利，但是要考慮到台南、台中與彰化會經過嘉義的人口不一定會在嘉義市消費。

3. 養生產業部份，本人亦認為這是本來就該做的事。重點是嘉義市的公共設施與其它建設也應有所改善與建設。嘉義市雖被評為居住品質第二名的城市。但是各位有無考慮到歐美先進國家中居住品質良好的城市都有很好的衛生下水道設施。這部份嘉義市還沒有做的很完善。因此，在考慮發展嘉義市的特色產業時，也應該要考慮到嘉義市都市整體的發展。
4. 應考慮嘉義市能否提供產業發展的條件，包括資金、市場與人才...等。嘉義市過去 15 年有很多投資案都是失敗收場，一個很大的問題就是沒有市場。例如現在王子飯店雖然蓋在嘉義市，也因為市場的關係，正負面評價不一。
5. 這幾年公司常到大陸去，本人常想如果可以重來，可能不會選擇在嘉義市落腳。主要因為這邊的環境其實已經不適合製造業的發展。現在還留在嘉義市的企業要不從事外銷，就是舊有周邊衛星廠還能在此配合。
6. 要發展一個特色產業，建議無論是周邊產業或消費人口、消費水準等都要能配合。若只是隨便投入幾十億到某園區去發展，如果沒有這些條件配合大概三年就玩不下去。回歸到基本面去思考，若嘉義市沒有相符的條件，從小地方著手來做也沒什麼不好。
7. 建議若選定某一產業就應全力去發展，不只是短期孤兒，一開始做一點，後續計畫結束後就沒了。例如之前嘉義市花卉園區就是如此。嘉義市的幅員真的很小，所以要發展這種都會區的特色，建議一定要有所聚焦，不要僅僅是亂槍打鳥。還有土地政策及其它法規若沒辦法及時鬆綁，可能也無法發揮而成為空談。

(十二) 喜鉞食品有限公司嚴董事長美容：

1. 呼應剛才簡董事長的談話，其實地方要發展特色產業一定要配合有高情境的演出。例如：嘉義市將來有王子大飯店，另外加上大雅路一帶的發展，還有嘉義市的特色在於它是一個古城。若法令配套上能提供協助，如此以古城加上高情境的演出就能帶給觀光客吸引力。
2. 舉例來說，苗栗提出的油桐花季，其實油桐花本身並沒有那麼好看，但是配合一些情境演出，例如與 7-11 的結合，就很成功的發展出一個特色產業。

(十三) 嘉義市建設局饒局長嘉博：

1. 綜合以上諸位的看法，本人也提供幾點意見，首先以台南縣在跟桃園縣爭取台灣博覽會為例，桃園縣擁有國際機場與便利的交通，可是若以外國人的觀點來看台灣，其實台南縣相對而言的優勢是較多的，包括在地理、文化與歷史上的優勢。所以建議在發展特色產業的時候應多方考慮嘉義市的優勢。
2. 而談到嘉義市有何優勢？嘉義市是一個小而美、適合人居住的城市，因此嘉義市在發展關於養生部份有很多利基，嘉義市擁有的居家照顧服務員人數也非常多。談到誘因與市場，以目前嘉義市老人安養院與長照中心的情況看來，嘉義市與臨近縣市的市場需求是很大的。
3. 在談到長庚的養生文化村部份，與嘉義市政府想要發展的是有很大的區隔的。長庚養生園區基本上是要將人集中在一起的，而嘉義市發展是關於人的分散的在地老化，我們期望的是能吸收嘉義縣的老年人口。
4. 關於養生產業，規劃單位所涵蓋的範圍還是太廣，這部份如果未來列入特色產業規劃，應該要再進行細部規劃上範圍的收斂。最後，規劃單位之研究報告非常的實在，也非常的精采。

八、規劃單位之綜合回應：

- (一)、感謝各位與會貴賓提供的建議與指教，本單位會將各位的寶貴意見列入在後續的研究當中，俾利篩選特色產業之參考。
- (二)、本規劃單位期望未來能為嘉義市政府與嘉義市規劃出一個適合特色產業發展的平台出來。這部份諸位貴賓提到「產業化」非常重要，本計畫將在後續研究中再詳加思考。
- (三)、其實本規劃單位也認為在光華營區至大雅路一帶的帶狀發展是本單位後續不論在養生或其它產業研究上，若需要有一個園區型式的發展，光華營區一帶都是一個值得參考的方向。另外，有貴賓提到城市行銷的部份，本單位覺得以「city tour」的概念著手，若以養生產業為核心，再搭配其它週邊產業，是一個很好的利基點。
- (四)、最後，請各位貴賓填答本研究之 AHP 問卷，給予本研究一些量化研究之參考。感謝各位貴賓熱心嘉義市未來的發展，在百忙之中熱誠撥冗參與本次的座談會。

九、散會：(下午五點十分)

座談會第二場會議紀錄

一、會議時間：中華民國九十三年六月二日（星期三）下午二時整

二、會議地點：國立嘉義大學林森校區第一會議室

三、主席：計畫主持人 侯嘉政 主任

紀錄：國立嘉義大學

四、出席人員：嘉義市商業會陳理事長國華、嘉義市總工會范理事長金俊、嘉義市榮譽指導員協進會黃會長功明、天恩食品有限公司余總經理特助雅文、百家珍釀造食品(股)公司江協理中琇、中國廣播公司嘉義台傅台長素絹、嘉義信合美聯合診所辜院長勉譯、先傑電腦公司沈總經理長進、國立嘉義大學生命科學院楊玲玲院長、興農工業股份有限公司王經理永華、一致營造有限公司丁負責人清勝、男榮塑膠企業(股)公司黃振男先生、台灣省建築師公會徐理事長文志、高鑫漢衛浴公司高經理麗琴、劍湖山世界游副董事長國謙、嘉義市企劃室林副主任青萍、嘉義市政府企劃室朱科員俊佳等共計 17 位。



五、主席報告：(略)

六、規劃單位(國立嘉義大學)簡報：(略)

七、與會貴賓之意見：

(一) 劍湖山世界游副董事長國謙：

1. 耐斯企業在嘉義市，投資 50 億建王子大飯店。因為覺得台灣的觀光業層級太低、太多，所以推動不易。民間業者是成果導向，但政府單位多是過程導向。近年來，因為游院長大力推倡觀光業，目前落實情況較佳，例如：阿里山要推動國際化...。因此，耐斯將在 2006 年五月即要推動五星級王子飯店和嘉義的阿里山旅遊線結合。目前在嘉義市鄰近縣市有三項主要旅遊規劃在推動：(1)嘉義阿里山、(2)平原有故宮南院、(3)濱海推動西部走廊。

2. 在觀光倍增計畫之中，國民旅遊市場，近年蓬勃發展，且提早達到預

定目標、來華觀光市場，目前是不增反減，至於出國旅遊市場，一直都發展很好。希望未來觀光旅客能留在嘉義市觀光並消費，所以必須要能滿足其需求。目前來華者多是商務旅客。未來鎖定日本 65 歲以上且對阿里山和故宮有旅遊意願的 1000 萬人口。國內學生旅行市場 550 萬。但日韓學生較無興趣，而東南亞學生較有高度興趣，且針對高山(阿里山)和故宮。未來另一項期待是大陸兩岸三通，將會帶來可觀的來台參觀人數，因此，急需建立平價旅店。

3.文化創意產業的空間發展很大，而且是以有限資源創造無限可能的產值！

(二) 男榮塑膠企業(股)公司黃振男先生：

1.此計畫是較開源的方式。是否對既有廠商投注關愛眼神。而且相信製造業，依舊能帶動就業與產值。而且嘉義市無工業區，只有兩個工業用地，一直處於半開發的狀態。其中後湖離南二高只有 12 分鐘，在新興計畫中建議能納入開發的考量。

(三) 嘉義市榮譽指導員協進會黃會長功名：

1. 嘉義市的產業多是傳統產業為主，如何轉型成特色產業為規劃的重點，建議能與學術單位合作，並加以輔導。
2. 嘉義縣的城鄉計畫，以故宮南院和嘉義縣市做結合，能如同形成一趟時光之旅。

(四) 嘉義市商業會陳理事長國華：(與會專家另附上書面資料請見備註 1)

1.嘉義市漁市場，其經費來源主要是農委會。而嘉義市漁市場其實很有特色！是全國有名的消費型漁市場，有各種淡水、海水魚類，24 小時營業、另外有電腦拍賣。原規劃是「活魚窟」。讓觀賞魚和食用魚結合，吸引觀光客、帶動餐廳，且能提升觀光產業。並且將電腦拍賣系統形成讓觀光客參與競標而吸引人潮，也能和嘉義大學的相關系所產學合作以提升競爭力。

(五) 高鑫漢衛浴公司高經理麗琴：

1. 嘉義市的民衆，對於售票的文化活動參與較低，如何能配套推展以提升文化。
2. 個人覺得嘉義市是很封閉且發展一直侷限在火車站到公園之間。西區卻一直發展不起來。如果能把格局和腳步放大，是否能較好，建議能提升西區發展，以文化包裝的方式做為發展的方向。



(六)：中國廣播公司嘉義台傅台長素絹：

1. 以外來人的角度來看，一個外來人的夜晚，要去那呢？嘉義市應把觀光產業的視野大，和其他縣市進行合作，放大格局。
2. 提升既有的藝術之外，也必須要提高大雅路的整個社區規劃，因為本身條件很好但缺乏輔導，且缺乏市政府對商家的召集和協調，以全面性的提升更寬廣的知名度。以台中精明一街為例，相信大雅路能做的更好。
3. 站在以媒體的角度批評對嘉義市政，建議是嘉義市的路霸情形很嚴重，行人很難走路，對行人不友善，離溫馨家園的目標仍有距離。



(七) 嘉義信合美聯合診所辜院長勉譯：

1. 個人覺得嘉義市是生活很輕鬆的城市，但嘉義市的人才和資源仍多是外流。若以養生產業為例，嘉義縣的長庚養生村是以平價為定位訴求是個可做參考的例子。本人認為若發展養生產業，在山區較海邊易於發展。在嘉義市建議能以大雅路以上的山區發展養生園區，如養生村等。
2. 舉一個 50 年代老歌的活動，曾經客滿受到很大的迴響，主要的原因是中廣的強力宣傳。所以，在推行養生產業時，資訊的傳遞和流通推廣是很重要的部份。
3. 目前在嘉義市，25 歲以下的年輕人沒有一個特別的商圈，學生族群沒有消費場所，所以外流到其他縣市。建議能重視此塊市場發展，

且現在大人花錢多為小孩，小孩的遊憩空間設計更形重要。

4. 若發展養生事業，也能主打女性族群，在女性美容事業和養生產業間仍有很大的發展空間。

(八) 國立嘉義大學生命科學院楊玲玲院長：

1. 嘉義市應重視服務業，尤其是教育和文化部份，在教育部份，嘉義大學的資源豐富，且生命科學院的發展和研究即將走出國際。很多科系的學生成果展覽水準很高、很優秀，對提升生活品質和小孩教育很重要。包括一些幼兒的生態教育是九年一貫最需要的部份，在嘉義大學有些資源，可惜嘉義市並沒有好好應用。
2. 以發展主題觀光來說，並不一定是適宜的，宜蘭童玩節為例，帶來大量的垃圾，對當地並不見得有好處，且當地的民衆反應並不一。
3. 建議能將傳統的農業轉型提升為「民生生物科技產業」，結合嘉義大學相關系所的技術與品質控制。例如：嘉義市的原有是「夜來香」的大宗產地，能提煉出特有的香料、香水、化妝品，加上設計與行銷將能大幅提升原有的產值。另外，阿里山的茶葉，能發展出茶文化的藝術與健康的結合。不僅只是保留既有的文化，更應提升發揮其價值。

(九) 台灣省建築師公會徐理事長文志：

1. 以養生產業為例，會讓人有一個疑惑，若以城市定位來說，能否思考結合？如果能結合銀髮族和健康產業的概念和形象來提升，能更聚焦城市形象。過去綜合發展計畫多以區域發展計畫，但不易落實。因此，建議以城市文化為結合。若能以此議題為出發，去思考何為溫馨家園、健康城市。同時，亦能對於城市文化和形象包裝上更為重視。以軟硬體的包裝提升文化形象和水準。舉天母的樂樹節為例，城市的發展更需要議題的創造。
2. 以文化路為例，文化路夜市目前沒有特色。如果能結合特色和一些生技產品，也許是不一樣的思考且能打出名聲。另外，北興村的藝

術村和周圍的環境沒有關係，是有待發展的地方。如果跟主題結合，能讓更多人感受其特色。

(十) 先傑電腦公司沈總經理長進：

1. 如何讓特色產業整體發展成特色文化，建議轉型成服務業、體驗產業。
2. 數位生活的文化創意產業發展，優勢是文化創意產業，若能結合教育，數位生活的引進是有機會。
3. 以日本輕井澤為例，原為一條商店街而已，離東京做新幹線約一小時 10 分。但建築物極有特色，一年吸引八百萬人口。將很生活、可愛、有趣的東西和文化結合。特色產品是限地生產、限量銷售。並認為高鐵的開始營運將對未來發展帶來重大改變。

(十一) 嘉義市企劃室林副主任青萍：

1. 公部門需要集思廣義的意見收集，並提出一些針對其他與會者的意見回饋，給予產業對公部門的一些信心和希望。
2. 嘉義市在行銷上非常缺乏，在觀光文化整合上也缺乏。建議要社區營造，提升市民的水準。
3. 認為養生產業和文化創意產業都是能夠發展的部份。希望民間能提供更多的意見和支持。



(十二) 天恩食品有限公司余總經理特助雅文：

1. 建議特色產業整體發展規劃的篩選機制應該加入國際思維，因為未來三通後，能否和大陸競爭。
2. 天恩素食早已開始發展養生食療的部份，並與嘉義大學產學合作，在能力和技術上已有實力。未來在養生產業發展的推動上，亦能全力配合。

3. 在文化創意如何轉化成文化產業？如何將藝術商品化，以產生商機是需要思考的部份，舉故宮的紀念品為例。
4. 也建議市政府應在青少年的商圈經營上進行規劃，減少消費族群外流至其他縣市。

八、規劃單位之綜合回應：

- (一)、感謝各位與會貴賓提供的建議與指教，本單位會將各位的寶貴意見列入在後續的研究當中，俾利篩選特色產業之參考。
- (二)、本規劃單位期望未來能為嘉義市政府與嘉義市規劃出一個適合特色產業發展的平台。今天貴賓提到嘉義市漁市場的發展、日本輕井澤的實例，都是很寶貴意見，也將在後續的研究中及未來執行推廣時，可供參考的方向。
- (三)、最後，請各位貴賓填答本研究之 AHP 問卷，給予本研究一些量化研究之參考。感謝各位貴賓熱心嘉義市未來的發展，在百忙之中熱誠撥冗參與本次的座談會。

九、散會：(下午五點二十分)

備註 1

嘉義市特色產業未來營運模式之建議

嘉義市商業會 理事長陳國華

嘉義市位處於北回歸線，全年日照充足，降雨量豐沛，天然條件極佳。但由於幅員狹小，長期產業發展都以服務業為主，不可能開發大型的工業區，導致就業人口外移。而我們需要做的事是利用嘉義市既有條件優勢，來規劃符合地方特色產業發展，來提高市民就業機會。

首先，我認為嘉義市應發展無污染的特色觀光產業，讓無煙囪工業成為嘉義市的重要產業，而結合嘉義縣成為一個生活圈，而此一生活圈特別適合花卉或農作物的生長，有必要成立一個花卉、農業科技園區。而嘉義縣的阿里山、故宮南院加上嘉義市的人文、藝術、美食、住宿將帶動一波觀光人潮，縣市要合作才能共存共榮，因為觀光產業所帶動的不只是休閒娛樂，更能保存文化特色及下一代教育和文化的傳承。而嘉義市具備特色的文化園區、鐵道藝術村、國際管樂節與石猴、交趾陶等多項觀光產業，如能配合嘉義縣成立一個大嘉義生活圈，必能增加嘉義市就業人口的數目，帶動經濟繁榮，達到縣市雙贏。

座談會第三場會議紀錄

一、會議時間：中華民國九十三年六月三日（星期四）下午二時整

二、會議地點：國立嘉義大學林森校區第一會議室

三、主席：計畫主持人 侯嘉政 主任

紀錄：國立嘉義大學

四、出席人員：嘉義市醫師公會蔡理事長宗祐、東隆五金簡副總經理詩宏、嘉義市李副市長俊侁、一之鄉巧愛蛋糕坊曾總經理永修、嘉義基督教醫院洪護理部主任金綉、嘉義市創投會陳會長昭五、福隆玻璃纖維陳總經理志昕、嘉聯實業王總經理榮可、嘉義市工業會、企研會王會長廣禮、嘉義市政府企劃室徐主任永燦、嘉義市財政局馮局長永猷、中國石油公司訓練所曾副主任清井、福安醫院楊院長茂庭、立法委員黃敏惠、東隆五金劉財務經理慧珠、嘉義市政府企劃室朱科員俊佳等共計 16 位。

五、主席報告：(略)

六、規劃單位(國立嘉義大學)簡報：(略)

七、與會貴賓之意見：(按發言順序排列)



(一) 嘉義市醫師公會蔡理事長宗祐：

1. 嘉義市雖然醫療資源豐富，但是醫療診所間缺乏有效整合，以致於造成部份資源浪費。
2. 一般基層診所可以和大型醫院或醫學中心結合，提供轉診和諮詢服務，如此才不致於造成資源的浪費。

(二)東隆五金簡副總經理詩宏：(與會專家另附上書面資料請見備註 2)

1. 嘉義市相較於臨近縣市確實沒有有利的條件稟賦，若是從競爭的角度思考，嘉義市天然地理環境、人口、區位等都處於不利的狀況，因此很難從上位計畫中獲取資源。
2. 嘉義市若是以「合作」的角度思考，我們可以架構嘉義市成為一個區域中心，也就是在嘉南平原北端，從彰化縣市下來到雲林、嘉義

縣、台南等區位的中心，如此一來我們便具有競爭優勢。

3. 該如何和臨近縣市合作呢？我們可以往微笑曲線的二端發展，也就是上游的研發和下游的行銷。嘉義市可以提供一些軟體服務，如照護人才、藥膳、中草藥技術等，除此之外嘉義大學具有很強的研究能力，包含嘉義大學的蓮花中心、中草藥技術等，可以做為人才培育的中心。
4. 再來行銷部份，我們可以結合後湖工業區等規劃一空地做產業鏈上游的研發和下游的行銷，中游的生產製造可以給臨近縣市(嘉義縣、台南縣市)來做。與臨近縣市透過合作的方式，找出自己的定位，如此一來這就是我們的特色。

(三)嘉義市李副市長俊佺：

嘉義市目前最主要的問題有二：

1. 嘉義市面積狹小，人口數也不多，產業結構以服務業為主，因此整體產業產值不高，造成過去要和中央爭取重大發展計畫時，往往都難以中選，使得嘉義市失去許多機會。
2. 第二個常聽到的問題是市民及工商業界朋友抱怨嘉義市政府和工商業界接觸過少，感覺市政府沒有很認真關心工商業發展。其中的問題在於嘉義市一直缺乏一套整體架構形成。

若是要解決這二個問題，目前最主要的就是要串連各個正在進行中的計畫，才不會造成資源浪費。綜合言之，可由以下幾點進行：

1. 考慮是否可以和其它縣市進行合作形成串連。
2. 透過養生產業的發展，並且加上嘉義市內目前 75%又屬於服務業型態，我們的照顧服務資源又特別豐富，若是能夠結合起來，我們可以解決現今許多外勞看護因文化、語言、生活習慣等等不合所造成的問題。
3. 將嘉義市塑形成消費型養生產業，如年輕人上阿里山，可以很放心將老年人放在嘉義市消費，我們有專人服務。簡言之，我們可以建

立平台，串連各個產業間的關連性，進而幫助業界考慮是否可以從中獲利。

(四)一之鄉巧愛蛋糕坊曾總經理永修：

1. 特色產業的發展是否可以考慮往都市特色的營造。
2. 嘉義市東隆五金的鎖製品是全國出名，是否考慮將嘉義市塑造成「鎖的王國」。

(五)嘉義基督教醫院洪護理部主任金綉：

1. 嘉義市雖然人口老化嚴重，但我認為這未必不是我們的良機。
2. 透過養生產業的發展，不只是養生村，而是點連成線、連成面，形成整體產業型態，如此一來我們才有競爭力。
3. 透過「在地本土老化社區」的發展，以人性化方式，吸引外人進入參觀，以發揮相關觀光產業。
4. 除了老年人外，尚可結合幼教發展，如幼稚園等。做到老幼相融，相信這將形成另一種新的 business model。

(六)嘉義市創投會陳會長昭五：(與會專家另附上書面資料請見備註 3)

1. 嘉義市無天然資源，土地又小，要創造什麼特色就很難，所以要向上位爭取資源時顯得相當困難。
2. 目前計畫案僅止於研究階段，未來執行階段時，相信需要更多資源，到時候資源從何取得會是一個問題，希望市政府能夠執行到底。
3. 嘉義市教育、醫療資源確實是相當豐富，但是這些資源是否有充份被利用，這是有待商榷的。
4. 希望嘉義市容能夠加以改善，如此一來，才会有公司想進行投資。
5. 報告中提及太子市的形成會使得人口數因此而增加，但我認為一個都市要形成不三、五年方可達成，所以我認為造成的衝擊應該有限。

(七)福隆玻璃纖維陳總經理志昕：

1. 棒球、民國路的餐飲、以及蘭潭風景區這些都是我們很好的條件資源。
2. 嘉義市若是要建構優質生活，首先必需要先將環境改善。
3. 嘉義市可以做城市的五 s（整理、整頓、清掃、清潔、教養）。先將交通等基礎建設整理好，再來思考要發展那種特色產業也不遲。
4. 景觀發展上可以考慮建構一個小而美的優質花園城市。
5. 市政府人員可以進行再訓練，心態上的改照而能夠提供一種讓人感動的優質文化服務。

(八)嘉聯實業王總經理榮可：

1. 嘉義市必需要先將硬體(基礎建設)做好，其它軟體資源(人才培育、技術等等)才能夠充份利用。
2. 嘉義市政府必需有適度的城市行銷，才能讓別人了解嘉義市。
3. 市政府站在一個支援的角度，幫助廠商處理任何行政上問題，有效率的政府信相大家都願意過來投資。

(九)嘉義市工業會、企研會王會長廣禮：

1. 我想我只有一句話希望送給市政府，就是我們希望副市長及全體政府官員能「堅持」。

(十)嘉義市政府企劃室徐主任永燦：

1. 生產和生活是要兼顧，養生產業就具有很好結合條件。相信養生產業的發展會為嘉義市帶來許多的就業機會。
2. 我們市政府會儘力做好整合中心平台，以方便廠商進駐。

(十一) 嘉義市財政局馮局長永猷：

1. 規劃單位後二項的數位內容與生物技術或許和嘉義市的關連性並不是這麼的強，但我覺得數位內容可以結合當地文化創意，同樣的生物技術也和養生產業有相當大的關係。

2. 就文化創意產業而言，最重要的就是要將地方文化特色給表現出來，嘉義市過去木材產業相當具有優勢，以文化角度來看，可以為木材產業注入一股新生命，再加上和鐵道做結合，這就是我們獨特的特色。

(十二) 中國石油公司訓練所曾副主任清井：

1. 木材和阿里山森林鐵路是嘉義一大特色，應該要好好利用。
2. 嘉義市的公園總面積也是全台灣最大，可以和觀光做結合，沉浸在古色古香的園區中，之後可以再去買些木製品，相信會是一個不錯的體驗。

(十三) 福安醫院楊院長茂庭：

1. 關於長期照顧產業，可以將養生、醫療、觀光等做一結合。並且以人當主軸，架構出所有相關產品或服務。再加上市政府能夠提供完善的基礎建設，相信養生產業在嘉義可以有不錯的發展。



(十四) 立法委員黃敏惠：

1. 四個特色產業中，後三項資源的取得不易，中央資源已分配差不多了，因此要從中央再調配資源出來可能有限。
2. 若是想要發展養生產業，首先必需要先將嘉義市變成雲嘉南地區最想居住的都市，這樣一來往後嘉義市居民及鄰近縣市居民才願意來到嘉義消費。
3. 「公民意識的建構」讓所有市民都能以居住在嘉義市為榮，居民有了凝聚力後，任何地方建設計畫案都比較容易推動。建構方法最重要的就是建立起市民參與機制，讓市民多參與活動，自然能夠幫助建構公民意識。

(十五) 東隆五金劉財務經理慧珠：

1. 先思考嘉義市要給人什麼樣的感覺，然後塑造出一致性的風格出來，讓人留下印象深刻
2. 不論最終決定發展什麼產業，重要在於要有「創意」，讓人感覺嘉義市有年年翻新的感覺，如此一來才能夠不斷地帶來人潮與錢潮。

(十六) 嘉義市李副市長俊俤：

1. 最後，我的感受是嘉義市民一直在尋找平衡與不平衡間的平衡點，一種歷史都市文化的驕傲但又不清楚自身特色為何。
2. 任何城市發展應有「種樹心態」而非「盆栽心態」，應強調長期發展而非只是追求短期近利。
3. 在和鄰近縣市競合的過程中，更務實的去執行應該是更重要的。
4. 嘉義市政府和產官學界的互動確實不夠，這也是我們需改進的方向。

九、散會：(下午五點二十分)

座談會第四場會議紀錄

一、會議時間：中華民國九十三年八月二十四日（星期二）下午一時三十分。

二、會議地點：松露花園餐廳

三、主席：計畫主持人 侯嘉政 主任

紀錄：國立嘉義大學

四、出席人員：先傑電腦公司沈總經理長進、鴻鈺股份有限公司李經理淑娟、嘉義基督教醫院護理部洪主任金綉、龍象投資公司許常務董事瓊方、嘉義市政府建設局饒局長嘉博、嘉義市企劃室林副主任青萍、嘉義市政府企劃室李科員佩純等共計 7 位。

五、與會貴賓之意見：(按發言順序排列)

(一) 嘉義市企劃室林副主任青萍：

1. 嘉義市目前的較缺乏的是平日能固定的一日遊行程，即使是嘉義市漁市場所舉辦行程也較限於是社區性質的活動。如何能利用音樂與當地餐廳業者結合，以增加舉辦活動的吸引力，同時能兼顧一定的水準品質，否則會形成如同大賣場。

(二) 先傑電腦公司沈總經理長進：

1. 在推動旅遊觀光行程上，至少應要包括三點，第一點是善於運用網路行銷，第二是必須要結合地方消費，以產生實質上的價值。第三點則是目標群眾不能只限定是嘉義市民眾而應該是全台灣民眾。



2. 嘉義市未來若要發展製造業已經較無機會了。嘉義市是一個不大不小的城市，具有易集中發展的特質，因此，反而應該思考嘉義市的資源為何，其中在地的文化風味、土地、空氣都是最好的天然資源。而嘉義市內有蘭潭、仁義潭，離阿里山的車程也近，有山有水是具有得天獨厚的先後



天條件。如果將嘉義市整體視為一個養生村而不是銷售一個區塊，將會有多元化的發展。因此，主張倡導「嘉義市大生活區」的概念，讓嘉義市的特色產業具有跟生活結合的產業，而不要掉入了只有經營類似長庚養生村等養老住宅的局部思考陷阱之中。

- 3.就嘉義市發展產業的概念而言，若純粹只是賣東西，是較難有機會發展，但若吸引人進入嘉義市消費，而嘉義市的整體服務能提供二、三天的行程和休閒，使消費群眾能充份感受到體驗行銷的魅力，在休息的數天中能逗留才能產生感情、產生回憶，並帶來實際上的經濟收益。
- 4.在照顧服務產業上的建議是希望目標能訂在「在地人有工作做，失能的人有人照顧」。

(三) 嘉義基督教醫院護理部洪主任金綉

1. 嘉義市若發展特色產業的相關配合措施完成後，可與旅行社合作，透過其行銷系統所帶來觀光人潮是很好的方法。



2. 中國大陸很早就做一些類似的發展，例如：「七彩雲南」在此區域內種植藥草和茶類。以研究生來介紹並銷售普洱茶，和雲南地區的特色及對身體的益處。而且連當地居民都配合穿著各式的民族服裝，以創造一種環境的氛圍。剛好嘉義市的植物園和大雅路一帶有此發展的利基，若能整合地方政府、鄰里長的資源，再加上當地社區的居民配合，請嘉義大學農學院與生命科學院支援發展，並規劃成一個區域，應該就比較容易完成整合。
3. 特色產業中規劃的養生住宅若能開放，不一定是需由市政府興建一全新住宅。建議由市政府做一辦公室評鑑並認證各民間照顧服務產業之單位，例如由社會局負責的安養中心。因此，養生住宅不一定要開發(因各方面的成本太高)，若現已做的不錯的民間機構，由市政府相關單位做認證，先整合民間現有機構，再經由市政府行銷，不僅能得以掌控嘉義市在此面方面的相關資源，

而不致於浪費，重覆投入資源。另外補充的是照顧是不需要醫療背景，但照顧則是需要。

(四) 鴻鈺股份有限公司李經理淑娟

1. 建議嘉義市若欲吸引觀光客，則必須能結合套裝行程，提供住宿地點及解決交通問題，並再加上一些具有特色的表演，例如：管樂表演。
2. 嘉義市的一些製造廠商在五金基礎工業的製造輔具的能力皆已具備，但在後續的行銷、流通、展銷、服務(售後服務、個人化設計)的部份仍需推廣。因此輔具展覽館未來在多功能健康生活園區裏的功能能增加這些部份，提供服務的窗口。

(五) 嘉義市政府建設局饒局長嘉博

1. 在目前的討論中仍有不符實際的問題，例如，公園內不得經營商業行為。個人認為公園是需要活化與經營的，但市政府的行為需要有法令的支持，因此必須制定自治條例，建立法源後，才能執行。



2. 多功能健康生活園區，需要公部門建設的二個規劃是沒有問題的，且整體的推廣，也應該是沒有問題。但養生住宅若獨立出來討論會產生有問題。使得這份規劃會被切分成二個主題，易遭到質疑。大體來說，規劃一產業的內容必須是生活化的，能讓民間賺錢，和人民的生活有關。因此，多功能健康生活園區才是主軸。因此，建議將養生住宅納入多功能健康生活園區內的一個主題項目，融入成為第八個主題。
3. 在養生住宅方面，已具有定位圖，建議在多功能健康生活園區的每個主題規劃，也能將服務的對象加入定位圖較好。
4. 必須要將園區的定義清楚，區的概念，不是以地域為概念，而必須以產業為主要的概念，因此，是以大嘉義市生活區為主要的概念。
5. 在認證廠商部份，能舉辦一些比賽，例如：商店裝潢的比賽。因為，認證結合行銷，必須將評鑑與榮譽結合，由公部門具有權威的單位做認證。以嘉義

市政府為軸心角色，提供商機誘因、租稅優惠，就能獎勵民間產業的投資與群聚。

6. 規劃吸引民衆到嘉義市消費，除了消費場所的裝潢佈置，還應重視「都市傢俱」的部份，包括公共座椅…等。因此，在建立城市的品牌形象上，市政府也必須將都市行銷的硬體部份納入考量。
7. 整體而言，要有人願意逗留才會產生消費，刺激購買慾望。因此，在推動特色產業時，首先應該先建立誘因、界定那些產業適合及明確的認證過程。當前面的配套措施都做好，才能開始逐步實施，寧願延後推出時程，也不要先測試，做出反宣傳，目的就是為了得到良好的口碑。

六、散會(下午五點三十分)

座談會第五場會議紀錄

一、會議時間：中華民國九十三年九月一日（星期二）下午六時。

二、會議地點：松露花園餐廳

三、主席：計畫主持人 侯嘉政 主任 紀錄：國立嘉義大學

四、出席人員：署立醫院南區聯盟張副執行長勝立、廖督導等共計 2 位。

五、與會貴賓之意見：(按發言順序排列)

(一)署立醫院南區聯盟張副執行長勝立：

1. 建議能將園區規劃在同一區域內，才能有集客的效果。讓觀光客能享受食衣住行一次購足(total solution)的養生套裝行程，觀光客來嘉義市才能有明確的觀光目標。
2. 市政府在取得土地使用及推廣產業的速度必須加快，並提供相關的上下游業者做成產業鏈結的準備行程，例如：從研發、材料供應商至行銷、業務等專業分門別類的發展。
3. 署立嘉義醫院對面約有四千坪土地，目前將規劃興建一主題公園，有多項軟硬體設施，目的在將「復健」提前到生病之前，形成「預防醫療」，同時也包含了減壓醫療等領域。
4. 未來規劃的園區能考慮針對不同的消費者，依其身體健康情況的差異，提供客製化的服務。
5. 建議未來在輔導廠商可經由建教合作的方式，對廠商進行上游技術的培養及生產力的建置。而在下游行銷及銷售部份，則可經由整體規劃做通盤性的通路設立。
6. 市政府在發展特色產業時，要聚焦「健康觀光」的明確形象，能使外國觀光客能直接指定要求的服務。因此，在發展特色產業時必須建立知名度和鮮明的特色才算是成功。
7. 在推動特色產業時，同時也必須配合旅行社行程的設計，將有利於推廣。

(二)廖督導

在擬定企劃案後，如何建構策略並具體落實是首要工作。尤其必須趕上進度時程，否則其他縣市逐步的零星發展，一旦成型，嘉義市在發展養生產業上即喪失市場發展的先機。

六、散會(下午八點三十分)

附錄三：特色產業篩選調查--AHP 問卷

■問卷說明

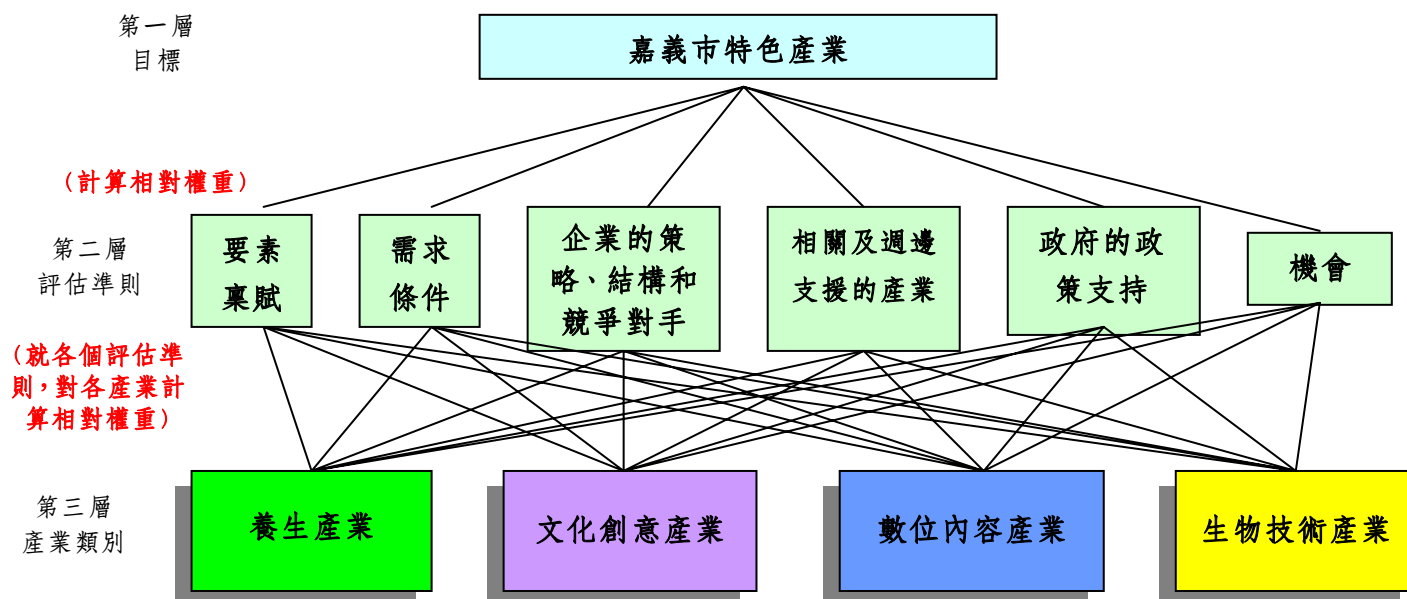
一、研究架構：

根據美國哈佛大學教授麥可·波特 (Michael Porter) 於 1990 年「國家競爭優勢」(National Competitive Advantage)一書中所發展出的「鑽石模型」(Diamond Model)指出，一個國家或地區的產業，能否發展成具有全球競爭優勢的要件，包括下列六項構面：「要素稟賦」、「需求條件」、「企業的策略、結構和競爭對手」、「相關及週邊支援的產業」、「政府的政策支持」、「機會」。例如，荷蘭的花卉產業以及義大利的成衣產業，都是因為這些國家或地區具有發展該產業成為全球競爭優勢的條件。

本計畫為篩選出具有獨特性、自主性、具地方魅力且高附加價值的特色產業，供嘉義市政府發展產業政策之參考，在理論基礎上係依據波特的「鑽石模型」歸納出六項評估準則，分別為：「**要素稟賦**」(意指為發展某產業所需的天然或人文之資源或能力)、「**需求條件**」(意指對某產業所衍生的需求潛量及未來成長)、「**企業的策略、結構和競爭對手**」(意指某產業的相關廠商之經營策略及競爭狀況)、「**相關及週邊支援的產業**」(意指為發展某產業所需的上下游及週邊產業之支援狀況)、「**政府的政策支持**」(意指中央政府或地方政府為發展某產業之政策支持與承諾)、「**機會**」(意指某產業未來的發展商機)。

在研究方法上將利用 Satty 於 1971 年為美國國防部擔任規劃工程師時所發展的「**分析層級程序法**」(Analytical Hierarchy Process, AHP)。AHP 可將欲研究之複雜系統，分離成簡明的要素層級系統，透過專家一對一的個別評斷，利用矩陣演算，求得各層級因素的優先度，再予以綜合而成。自 1973 年起，AHP 被廣泛應用在工業區/廠房區位選擇、產業篩選規劃、資源分派、技術預測、及投資組合等各方面，其效果均甚卓著。一般而言，學者專家咸認為，AHP 對於蒐集專家意見用來評估某問題之影響因素之權重，具有高度的研究效度(Validity)與信度(Reliability)，其效果更優於德菲法(Delphi Method)。

為了分析以上六大評估準則對各個可能發展成為嘉義市特色產業之相對重要性，以計算出之各產業的優先開發次序，本計畫所建立的分析層級如下圖所示：



二、問卷尺度：

本問卷採用名目尺度 (Nominal Scale)，作簡明兩兩比較評估，此名目尺度的劃分有五：

- (一) 等強 (Equal Strong)：依據某一評比基準，成偶比對 (Pairwise Comparison) 之兩要素，重要程度相等。
- (二) 稍強 (Weak Strong)：依據某一評比基準，評比者以經驗判斷，認定成偶比對的要素之一較重要。
- (三) 頗強 (Strong)：依據某一評比基準，評比者以經驗判斷，很肯定成偶比對的要素之一較重要。
- (四) 極強 (Very Strong)：依據某一評比基準，評比者可以舉出實例或證據，認定成偶比對的要素之一較重要。
- (五) 絕強 (Absolute Strong)：依據某一評比基準，評比者有足夠證據肯定成偶比對的要素之一較重要。

再加上介於每兩者間的強度，總共可區分為九等級，分別給予評點比重從到 1 到 9。

三、問卷填寫範例：

假設陳先生對蘋果、香蕉、葡萄柚三種水果的喜好程度不同，若他非常喜歡葡萄柚，香蕉尚可，討厭蘋果，則陳先生就「對水果的喜好」做兩兩比較來評比對蘋果、香蕉、葡萄柚的喜好程度，他對葡萄柚的喜好程度頗強於香蕉，絕強於蘋果，則在葡萄柚對香蕉的評比尺度“頗強”和葡萄柚對蘋果的評比尺度“絕強”上打“✓”如下表：

產品	絕強	極強 ~ 絕強	極強	頗強 ~ 極強	頗強	稍強 ~ 頗強	稍強	等強 ~ 稍強	等強	等強 ~ 稍強	稍強	稍強 ~ 頗強	頗強	頗強 ~ 極強	極強	極強 ~ 絕強	絕強	產品
葡萄柚					✓													香蕉
葡萄柚	✓																	蘋果
香蕉				✓														蘋果

問卷開始：評估各產業類別開發之優先次序(每個評估準則有 6 小題，共計 36 小題)

1. 若嘉義市要發展特色產業，請就「要素稟賦」(意指為發展某產業所需的天然或人文之資源或能力)此評估準則，兩兩比較各產業類別適合嘉義市發展之優先次序：

產業類別	絕強	極強 ~ 絕強	極強	頗強 ~ 極強	頗強	稍強 ~ 頗強	稍強	等強 ~ 稍強	等強	等強 ~ 稍強	稍強	稍強 ~ 頗強	頗強	頗強 ~ 極強	極強	極強 ~ 絕強	絕強	產業類別
養生產業																		文化創意產業
養生產業																		數位內容產業
養生產業																		生物技術產業
文化創意產業																		數位內容產業
文化創意產業																		生物技術產業
數位內容產業																		生物技術產業

2. 若嘉義市要發展特色產業，請就「需求條件」(意指對某產業所衍生的需求潛量及未來成長)此評估準則，兩兩比較各產業類別適合嘉義市發展之優先次序：

產業類別	絕強	極強 ~ 絕強	極強	頗強 ~ 極強	頗強	稍強 ~ 頗強	稍強	等強 ~ 稍強	等強	等強 ~ 稍強	稍強	稍強 ~ 頗強	頗強	頗強 ~ 極強	極強	極強 ~ 絕強	絕強	產業類別
養生產業																		文化創意產業
養生產業																		數位內容產業
養生產業																		生物技術產業
文化創意產業																		數位內容產業
文化創意產業																		生物技術產業
數位內容產業																		生物技術產業

3. 若嘉義市要發展特色產業，請就「企業的策略、結構和競爭對手」(意指某產業的相關廠商之經營策略及競爭狀況)此評估準則，兩兩比較各產業類別適合嘉義市發展之優先次序：

產業類別	絕強	極強 ~ 絕強	極強	頗強 ~ 極強	頗強	稍強 ~ 頗強	稍強	等強 ~ 稍強	等強	等強 ~ 稍強	稍強	稍強 ~ 頗強	頗強	頗強 ~ 極強	極強	極強 ~ 絕強	絕強	產業類別
養生產業																		文化創意產業
養生產業																		數位內容產業
養生產業																		生物技術產業
文化創意產業																		數位內容產業
文化創意產業																		生物技術產業
數位內容產業																		生物技術產業

4. 若嘉義市要發展特色產業，請就「**相關及週邊支援的產業**」(意指為發展某產業所需的上下游及週邊產業之支援狀況)此評估準則，兩兩比較各產業類別適合嘉義市發展之優先次序：

產業類別	絕強	極強 ~ 絕強	極強	頗強 ~ 極強	頗強	稍強 ~ 頗強	稍強	等強 ~ 稍強	等強	等強 ~ 稍強	稍強	稍強 ~ 頗強	頗強	頗強 ~ 極強	極強	極強 ~ 絕強	絕強	產業類別
養生產業																		文化創意產業
養生產業																		數位內容產業
養生產業																		生物技術產業
文化創意產業																		數位內容產業
文化創意產業																		生物技術產業
數位內容產業																		生物技術產業

5. 若嘉義市要發展特色產業，請就「政府的政策支持」(意指中央政府或地方政府為發展某產業之政策支持與承諾)此評估準則，兩兩比較各產業類別適合嘉義市發展之優先次序：

產業類別	絕強	極強 ~ 絕強	極強	頗強 ~ 極強	頗強	稍強 ~ 頗強	稍強	等強 ~ 稍強	等強	等強 ~ 稍強	稍強	稍強 ~ 頗強	頗強	頗強 ~ 極強	極強	極強 ~ 絕強	絕強	產業類別
養生產業																		文化創意產業
養生產業																		數位內容產業
養生產業																		生物技術產業
文化創意產業																		數位內容產業
文化創意產業																		生物技術產業
數位內容產業																		生物技術產業

6. 若嘉義市要發展特色產業，請就「機會」(意指某產業未來的發展商機)此評估準則，兩兩比較各產業類別適合嘉義市發展之優先次序：

產業類別	絕強	極強 ~ 絕強	極強	頗強 ~ 極強	頗強	稍強 ~ 頗強	稍強	等強 ~ 稍強	等強	等強 ~ 稍強	稍強	稍強 ~ 頗強	頗強	頗強 ~ 極強	極強	極強 ~ 絕強	絕強	產業類別
養生產業																		文化創意產業
養生產業																		數位內容產業
養生產業																		生物技術產業
文化創意產業																		數位內容產業
文化創意產業																		生物技術產業
數位內容產業																		生物技術產業

-----本問卷到此結束，謝謝您的協助-----

附錄四：嘉義市招商獎勵投資實施要點

一、緣起與目的：

為激勵本市工商投資，活絡地方經濟，提昇市民就業機會，以租稅減免及其他相關優惠與輔導措施，提供投資本市之利基與誘因，以獎勵招商，特訂定本實施要點。

二、獎勵招商事項如下：

(一) 獎勵優惠項目：

- 1.經濟部核定之十大新興主導性工業：(1)通訊工業 (2)資訊工業 (3)消費性電子工業 (4)高級材料工業 (5)半導體工業 (6)特用化學與製藥工業 (7)精密機械與自動化工業 (8)航太工業 (9)醫療保健工業 (10)污染防治工業。(經濟部工業局所訂定「主導性新產品開發輔導辦法」提供開發費用補助：政府補助 25%，行政院開發基金融資 25%之獎助)
- 2.低污染工業：行政院環保署 89.10.4 環署綜字第 0057927 號公告之低污染事業。
- 3.國際觀光旅館：符合交通部觀光局評定標準，即觀光旅館業管理規則第二條所規定之國際觀光旅館。
- 4.大型育樂設施或購物商場：基地面積需占地一千坪以上。
- 5.市府興建綜合市場大樓：包括嘉義市西市場綜合大樓，港坪綜合市場大樓。
- 6.公有非公用土地以 B.O.T.設定地上樓方式民間開發事業。

(二) 設置地點：

- 1.工業類：本市都市計畫工業區。
- 2.旅館類：符合設置國際觀光飯店之用地。
- 3.商場與育樂場所：符合都市計畫法之用地。
- 4.市場綜合市場大樓。(西市場、港坪)

5.公有非公用土地以 B.O.T.設定地上權方式開發之地點。

(三) 獎勵優惠辦法：

- 1.符合本要點第二點第(一)小點所獎勵優惠項目內之投資案，給與補助設置用地之地價稅與房屋稅，自開始課徵各該稅之前兩年給與全額補助，第三至五年給與補助百分之五十。
- 2.廠商於本市都市計畫法適用之土地租用或自購土地，投資興辦製造業及相關技術服務業創立或擴充投資，將配合即將修正立法之促進產業升級條例相關規定辦理，享有五年免徵營利事業所得稅之獎勵。
- 3.投資符合本要點第二點第(一)小點 3.4.項之國際觀光旅館大型育樂設施及大型購物商場，於都市計畫適用之土地，凡租用本市有非公用土地以 B.O.T.設定地上權方式投資興辦者，前三年之租金金額補助。
- 4.凡租用市府所興建之綜合市場大樓投資者，其訂定租約生效日起，三個月資金由市府補助。

三、興辦人申請獎勵金需檢具

1. 工廠登記證、營利事業登記證或醫療機構之開業執照。
2. 以興辦人為繳納對象之地價稅、房屋稅、租金(法院公證之租用契約公證書所載為限)之收據聯向本府建設局工商課請領。

四、獎勵金之發放依申請之優先順序核發，並以本府當年度法定預算為度。

五、本要點奉市長核可後自九十一年七月一日起實施，修正時亦同。

附錄五：期初報告審查會議紀錄

一、會議時間：中華民國九十三年三月一日（星期一）下午二時整

二、會議地點：本府第一會議室

三、主席：李副市長俊佺

紀錄：國立嘉義大學

四、出席人員：如簽到簿

五、主席報告：(略)

六、規劃單位(國立嘉義大學)簡報：(略)

七、審查委員之意見：

(一)、中正大學經濟系王主任釗洪：

1. 本案所規劃的特色產業應進一步估計潛在消費人口（預測範圍可以考慮設定在彰化以南，台南以北之地理區域），以當作細部可行性評估之基礎。
2. 應進一步估計特色產業所衍生之產業關聯的產值。
3. 日後的期中簡報應儘可能將產業之細部資料量化。
4. 加入可行性評估。
5. 本案所規劃的特色產業不宜太多，否則就不易產生特色。

(二)、嘉義市工業會管秘書國芬：

1. 本案所規劃的特色產業，其方向較偏內需型的服務業，與工業會廠商所期待的外銷型製造業有差距，嘉義市廠商在機械與五金加工業方面相當有競爭力，如何含括在內，應詳加思考。
2. 市政府應考慮對現有工業區之活化提供協助，如基礎設施應加強。
3. 本案應考量與市政府建設局所規劃的「地方產業交流中心」相整合。

(三)、建設局饒局長嘉博：

1. 本期初簡報內容尚稱紮實，建議將 p.4 之「單一服務窗口機制」改成「資訊平台」會更佳。
2. 工業技術研究院院長李鍾熙指出，「老人產業」是台灣在未來的全球競爭中，很有競爭優勢的產業之一，因此，本計畫所初步規劃出的「養生產業」應該是一個可行的產業發展方向。惟嘉義市有何利基發展養生產業成為特色產業？未來的資訊平台及品牌推廣該如何進行？應是本計畫未來之調查重點。
3. 建議在 p.69 圖 5.養生產業之分類圖加入「醫療器材及老人輔助器材之研發設計、製造及行銷」，如此可含括工業會之意見。
4. 養生產業之文獻稍不足，應該強化。

(四)、文化局賴局長萬鎮：

1. 本期初報告只列出「養生產業」及「文化創意產業」，尚有那些產業被排除？應加說明。
2. 應更多說明本市所規劃的特色產業與嘉義縣之互動關聯性。
3. 所規劃的特色產業應該具有吸引廠商投資的誘因。
4. 嘉義市可結合嘉義縣鄰近鄉鎮，共同開發「休閒農業中心」。

(五)、交通局賴副局長明煌：

1. 嘉義市的各種條件與台南市相近，本計畫所規劃的特色產業如何超越台南市？應有更多的探討。
2. 應提供更多產業的選項供委員參考。

(六)、社會局代表：贊同在養生產業中加入「醫療器材及老人輔助器材之研發設計、製造及行銷」。

(七)、衛生局吳局長素菊：

1. 嘉義市過去在長期照顧服務已投入許多心力，且已頗具成效，嘉義市的老人潛在需求應該有許多商機。

2.若「養生產業」最終成為本市的特色產業，應大力推廣進行城市行銷，將嘉義市定位為「阿里山下的健康城市，要養生就要到嘉義市」。

(八)、企劃室徐主任永燦：

- 1.審查委員在期初報告所提出的意見，規劃單位在期中簡報要提出回應說明。
- 2.近年來，鄰近縣市之重大建設對嘉義市整體有何影響？對所規劃的特色產業有何衝擊？應詳加探討。
- 3.篩選產業應擴充，可以從嘉義市建城三百年的淵源歷史來思考。
- 4.嘉義市近郊尚有許多農業區，「休閒農業中心」應是另一個規劃方向。
- 5.在進行特色產業評估時，應考量環保、衛生...等相關問題。

(九)、企劃室林副主任青萍：嘉義市過去特有的木材產業，可否考慮納入規劃？

(十)、李副市長俊邑：

- 1.本期初報告為嘉義市所初步規劃的特色產業--「養生產業」及「文化創意產業」，頗能符合市政府所期望的方向，惟如何將社會福利產業化？其分析邏輯應再推理詳述；而文化創意之需求該如何界定？嘉義市有何發展利基？應再詳加論述。
- 2.第三章之鄰近縣市資料蒐集方向，應選擇與規劃出的特色產業相呼應，並適度調整章節，否則資料太多會失去焦點。

(十一)、經建會邱專門委員阿棗(書面意見)：

1. 目前目錄僅為期初報告內容，無法得知整體報告之架構，因此無法針對報告內容架構作建議。
2. p.5 六、預定舉辦座談會究竟談什麼「主題」並未提到，目前應針對本報告重要課題有所規劃。
3. 若 p.3 之具體目標為本文進行的思考邏輯或尚可，惟更重要的應挖

掘嘉義市可發展特色產業的資源稟賦，並定該特色較臨近地區更具發展潛力與優勢，而非進行臨近縣市之現況發展分析，抄這麼多似有言不及義的感覺。

4. 第二章抄了如此多的挑戰 2008：國家發展重點計畫及照顧服務產業發展方案內容，其與本報告究竟有何關聯？應該只能當為本規劃研究之依據而已，最好能敘明本市特色產業之發展方向。
5. 有關挖掘嘉義市可發展特色產業的資源稟賦一節，其實可透過地方耆老的座談說故事或調查方式以取得資料。
6. 分析國外的案例乃在觀察其挖掘特色及形成產業的過程，以作為借鏡，因此，應慎選環境較為近似者。

八、規劃單位之綜合回應：

- (一)、有關特色產業之範圍部分：依合約書之規劃作業時程規定，簽約之翌日起六十日曆天(即計畫全程之四分之一)內，完成基本資料情勢蒐集分析、總體規劃理念建構與優劣勢分析。因此，本期初報告之進度尚未針對如何篩選特色產業進行深入的細部分析，本次報告之所以列出「養生產業」及「文化創意產業」兩項，是想以此兩產業為範例進行分析，至於更多的產業分析，會在期中報告(三個月後)提出更具廣度與深度的評估。委員所提供的產業類別，本計畫會特別考慮。
- (二)、有關養生產業之產業分類部分：本計畫會加入「醫療器材及老人輔助器材之研發設計、製造及行銷」，進行深入評估，並將分析範圍涵蓋「休閒農業中心」。
- (三)、有關所規劃之特色產業的細部分析及可行性評估部分：會依據工作計畫書的內容及委員的上述意見，進行量化而細部的可行性評估，俾利篩選特色產業之參考。
- (四)、有關上位政策資料部分：會依據特色產業的規劃方向，適度引用，加以增刪。
- (五)、有關鄰近縣市資料部分：會依據委員之意見蒐集資料，藉由近年所推

動的重大建設與施政，評估對嘉義市之影響與衝擊，藉以擬定具有競爭利基之特色產業(原資料大都引用鄰近縣市政府所出版之綜合發展計畫，該計畫內容僅具參考，應以實際推動或正規劃進行的政策為主)。

(六)、有關資料蒐集方法部分：除了依工作計畫書的方式進行資料蒐集外，會參酌委員的意見採田野調查(field study)方式，採擷地方耆老之意見供分析。

(七)、「單一服務窗口機制」將改成「資訊平台」。

(八)、委員之其他寶貴意見，將列入後續調查之參考。

九、主席裁示：

(一)、審查委員的建議意見，請規劃單位列入後續調查之重要參考。

(二)、請規劃單位於期中報告中，提出四至五項特色產業，進行深入分析，供委員審查篩選。

(三)、本計畫後續將會訪談本府各局室相關人員，請盡量協助。

(四)、本計畫與本府目前執行中的另外兩個規劃案—地方產業交流中心(建設局主辦)及嘉義舊酒廠「創意文化園區整體規劃」計畫(文化局主辦)有關，為了有效整合，發揮綜效，請企劃室儘速召集三個計畫進行討論。

(五)、本次期初報告審查通過，請規劃單位依契約內容及本次會議委員建議事項，儘速完成規劃研究工作。

十、散會(下午三時四十分)

附錄六：期初報告審查會議委員意見與回應

本計畫根據期初報告與會委員的建議，於期中計畫書進行適度的調整與修改，共計歸納建議有九大部份，本計畫並在之後提出具體回應作法，以下即針對各項意見及回應一一說明：

意見一：於期中報告中，提出四至五項特色產業，進行深入分析，供委員審查篩選。

回應作法：本計畫共蒐集並整理出養生產業等四項產業資料(詳見期中報告書之第五章，pp.112-205.)

意見二：近年來，鄰近縣市之重大建設對嘉義市整體有何影響？對所規劃的特色產業有何衝擊？應詳加探討

回應作法：已根據實際推動建設修正(詳見期中報告書之第三章，pp.28-71.)

意見三：在養生產業中加入「醫療器材及老人輔助器材之研發設計、製造及行銷」

回應作法：已修正完成(詳見期中報告書 p.114)。

意見四：鄰近縣市資料蒐集方向，應選擇與規劃出的特色產業相呼應，並適度調整章節，否則資料太多會失去焦點。

回應作法：已調整報告書之章節結構(詳見期中報告書之附錄一，pp.229-254.)

意見五：有關挖掘嘉義市可發展特色產業的資源稟賦一節，其實可透過地方耆老的座談說故事或調查方式以取得資料。

回應作法：已參加過四場探討有關嘉義市建城三百週年之座談會或公聽會，蒐集並訪談地方耆老對本市地方資源稟賦資料。

意見六：挑戰 2008：國家發展重點計畫及照顧服務產業發展方案內容，其與本報告究竟有何關聯？

回應作法：已適當修正(詳見期中報告書之第二章，pp.17-27.)

意見七：在養生產業中加入「醫療器材及老人輔助器材之研發設計、製造及行銷」

回應作法：已修正完成(詳見期中報告書 p.114)。

意見八：應進一步估計特色產業所衍生之產業關聯的產值，並進可能量化。

回應作法：經過期中報告篩選出嘉義市未來將發展之特色產業後，再進行估算(預定在期末報告時完成)。

意見九：本計畫所初步規劃出的「養生產業」應該是一個可行的產業發展方向。

惟嘉義市有何利基發展養生產業成為特色產業？未來的資訊平台及品牌推廣該如何進行？

回應作法：此項意見為本計畫後續兩個月研究時程之重點，預定在期末報告時完成。

附錄七：期中報告審查會議紀錄

一、會議時間：中華民國九十三年六月二十九日（星期二）下午二時整

二、會議地點：本府第一會議室

三、主席：陳主任秘書永豐

紀錄：國立嘉義大學

四、出席人員：如簽到簿

五、主席報告：(略)

六、規劃單位(國立嘉義大學)簡報：(略)

七、審查委員之意見：

(一) 中正大學經濟系王主任釗洪：

1. 本案所規劃期中報告已較期初報告完善許多，分析結果以養生與文化創意為主也較契合本市需要，個人十分同意。
2. 個人建議養生產業是否加入「整型美容相關」部份，評估嘉義市是否具有足夠醫療資源，並建議以量化指標來進一步分析，可否支持將其加入在養生產業的項目中。

(二) 嘉義市企業經理人協進會游理事長國謙：

1. 本案規劃的四個產業在推動上是否應加以聚焦，尤其養生產業的範圍太大，許多財團與地方政府積極推動使其太過普遍，建議應進一步縮小範圍，若聚焦在「觀光醫療產業」的範圍應該是一個很好的方向。
2. 「數位科技」為未來趨勢，目前王子飯店已在推動數位休閒娛樂科技，若有興趣可由王子飯店出發，兩年後必定立竿見影。
3. 「數位娛樂事業」的全球趨勢是小而美，嘉義市可以思考該產業的發展利基。
4. 如何重點切入，建議考慮「套裝旅遊線」是可以在短期有成效的規劃，是否請規劃單位針對嘉義市觀光設計出「一日遊」行程，以嘉義市為中

心結合週邊各縣市的套裝旅遊線。

(三) 嘉義市工業會李理事淑娟：

1. 大致同意規劃單位提出之分析結果，而嘉義市工業區規模不大、發展不全，但在金屬與模具加工能力很強，將來若養生產業確定為未來嘉義市規劃之走向，建議就養生產業中的輔具部份，政府能有政策引導傳統產業的廠商進行轉型。
2. 後湖工業區後方尚有許多未開發利用的土地，建議可以將該區域納入養生產業園區的設置考量地點。
3. 據了解在淡水、高雄與花蓮等地都有投資進行養生產業，若市政府有心推動養生產業，建議重視時效性的問題，若到時每個地方都在做，則利基與特色何在。
4. 工業界期盼若市政府支持養生產業，是否能具體釋出利多，包括土地、稅收等各方面的獎勵及減免等措施。

(四) 建設局饒局長嘉博：

1. 本案在 p.154 養生產業分類圖貢獻很大，為規劃單位這段期間努力結果，未來若要當作本市特色應再加以收斂，此部份及相關配套措施(如更具體的產業內容、品牌形象如何建立？如何進行品牌行銷？等等)應是規劃單位在後續期末報告中應努力的方向。
2. 報告內文圖表格式應一致，表頭、圖尾、資料來源及錯別字各部份應加以修正，以符合一般研究報告之撰寫規範。

(五)、社會局溫課長秋蘭：

1. 照顧服務產業主要是福利服務，而「福利服務」與「產業」間的連結應在期末報告中有具體著墨。
2. 若產業中要具有觀光特色，是否考慮銀髮族、親子與休閒觀光如何結合，除了原先養生產業規劃外，是否有其他附加價值活動，例如能結合觀光或提供親子遊憩的場所。

(六)、衛生局莊課長美如：規劃單位報告詳盡，而目前許多縣市已投入養生產業相關發展，長庚在嘉義縣亦有投資，建議規劃單位應考慮如何差異化與如何進行相關品牌推廣與行銷。

(七)、企劃室徐主任永燦：

1. 請規劃單位修改報告之錯別字。
2. 另外表圖的年期也應放入，而引用資料若已過期應不需放入，最後是附錄第一節嘉義縣部份與第三節重覆。
3. 在中央上位政策部份，最新的「新十大建設」相關部份可放入內容。
4. 期中報告 p.10 中關於法令與開發區位部份的規劃進度，與合約書內容稍有出入，應進行修改。

(八)、經建會邱專門委員阿棗(書面意見)：

1.就報告之架構方面，依「期中報告」(以下簡稱本報告) p.9 及 p.10 之研究流程，大致可推測後半部的實質重點內容結構或為確立嘉義市特色產業後之相關發展策略與配合措施及結論與建議等等，果爾，就整體報告之結構言，其內容份量似集中於前半部，又本規劃研究之主體為嘉義市，因此建議：

- (1) 第四章提至第二章，原第二章與第三章變成第三章與第四章。有關嘉義市現況分析應不只一般的社經分析，更重要的在點出資源稟賦優勢，第三節雖已說明，不過似較強調數量(如醫療資源等)，可再強調品質方面之優勢，則將更有說服力。
- (2) 修正後之第三章應強調嘉義市特色產業發展與中央政府或國家刻正推動之相關政策或計畫間之關聯。原第二章第二節所述似非「國家新十大建設」，請再釐清。
- (3) 原第三章「臨近縣市……與衝擊分析」對臨近縣市重大發展計畫描述甚詳，不過真正有關聯的部分為第六節；實際上吾人想知道者為嘉義市與臨近縣市(可視為一整體)之 SWOT 分析，其間未必全為互競的，亦有部分為互補的，彼此可互相合

作的。

2. 本報告第一章前三節名稱中之「計畫」二字似均可略，尤其第二節名稱會予人連想到嘉義市特色產業發展的願景，其實該節所談的為本研究的「工作目標」，何仿將其改為此。第五節建議更名為「預期成果」。
3. 依 p.10 之研究流程，有關分析國外案例之資料本報告仍付闕，其目的乃在觀察國外挖掘特色及形成產業的過程，以作為借鏡，因此，應慎選環境較為近似者。又依 p.9 將舉辦至少 5 場綜合座談會及 100 人次以上訪談，可是依本報告似只舉辦 3 場綜合座談會，至於訪談人次似不明，究竟是否已辦理完成應有所交代。此外，訪談對象請別忘了地方耆老，其或可在民俗文化部分有所提示 (hint)，如此更能強化成為特色之潛力。
4. 嘉義市特色產業發展的觀念方面，應是針對未來，就既有發展優勢或未發展而有潛力者，繼續發揚光大或加速發展使茁壯。隨著國際經濟情勢及我國經濟發展產業結構轉型，傳統製造業已無商機與利基，因此，個人以為嘉義市文化創意（可小至某特產品）、美食、醫療照顧或養生等或有發展潛力，至於應如何整合或結合週遭大環境及應如何促進，則為本研究下一步之工作重點。
5. 在文字敘述方面，某些部分似一直在 repeat，譬如本報告 p.6 第一章第一節第二段倒數第 6 行，有關「挑戰 2008：國家發展重點計畫」之描述，與 p.17 第一段第 2 行文字幾乎一模沒兩樣，同樣的意思可用「換句話說」或已提過即不再提，儘量精簡。此外，仍有其他地方類此情況，如原第四章、第五章、第六章及附錄二有關嘉義市特有資源部分，同樣的觀念或文字一直在重複。
6. 在數據之引用方面，應敘明那個機關（單位）出版、刊物名稱、那年出版或那年資料，以便有所考，請受委託單位將各表於資料來源中依此原則說明。此外，p.78 最後一段第二行「3.04%」，依表 4-7 計算應為「2.94%」，至於工業與服務業（皆錯）請一併檢視及修正；p.80 中間文字有關嘉義市 91 年平均戶內人口數 3.56 人與 p.75 表

4-4 之戶量 3.25 人不符，雖資料來源不同，不過在同一報告中儘量維持資料之一致性，或者特別說明不一致的原因；……等。

7. 在錯字或漏字方面，僅舉若干例子，其餘部分則請受委託人能將期末報告從頭到尾審閱一翻，例如 p.7 第二段倒數第四行「嘉義縣的農業生化園區」中「生化」應為「生技」之誤植；p.67 倒數第二段倒數第三行究為「太子市」抑或「太保市」，若為前者，應在首次出現時即應有所說明，否則請更正之；p.97 第一行第一字「臨立」應改為「林立」；p.98 第二段倒數第五、六行出現兩個「排名第二」，那個對？如兩者都是則不應如此描述，否則亦請更正；p.84 第四段「3. 就工商企業單位之員工人數規模觀察」之後，應為未「滿」30 人者計...；100「人」以上者 21 家……等。
8. 附錄一「嘉義臨近地區現況發展分析」建議改為「嘉義市...發展現況分析」，內容部份漏列彰化縣，而嘉義縣則重複列，請更正。

(九)、企劃室朱課員俊佳：

期初報告委員之意見及規劃單位之回覆，應放入期中報告書中附錄。

八、規劃單位之綜合回應：

- (一)、醫療美容部份為很有創意構想，將再放入養生產業中使整體圖像更明確，之後將再進行聚焦。
- (二)、觀光與數位休閒娛樂事業部份如何與養生及文化創意進行連結，為本單位後續研究之重點。
- (三)、若發展養生產業之區位選擇以及如何輔導廠商轉型將在後續研究中進行評估。
- (四)、短、中、長期如何建構特色產業的具體內容？如何建立品牌形象與行銷推廣？在確立出主體性後再加以定位。
- (五)、報告書之錯別字、漏字、圖表格式、撰寫格式、資料更新...等缺點，將再加以修正以求嚴謹。

- (六)、邱專門委員及徐主任所提之「第二章第二節 國家新十大建設」應根據實際之政策內容敘述，以及「附錄一第三節嘉義縣況發展分析」重覆等缺失，本報告將儘快調整更正。
- (七)、本研究為發掘嘉義市特有的天然及人文資產，以當作規劃嘉義市特色產業之發展利基，除了舉辦三場座談會外，計畫主持人也參加過四場由嘉義市地方社團所舉辦的有關「文化創意產業」座談會。利用座談會訪談關心地方發展之耆老，蒐集有關嘉義市之特色資源。
- (八)、關於照顧服務產業如何產業化部份，包括區位選擇、政府如何進行、盈餘如何處理回饋社區，此部份需依賴醫療院所經營，相關定位與配套措施將在後續研究進行努力。
- (九)、預計規劃與實際推動之進度落差將再予以調整
- (十)、委員所提的其他寶貴意見，將列入後續調查之參考。
- (十一)、期初報告及期中報告審查會議之委員意見，會納入期中報告書修訂版之附錄當中。

九、主席裁示：

- (一)、期中與期初兩次會議審查委員之意見請列入報告書中。
- (二)、期中報告進度與合約書期程應一致，請進行調整，避免發生困擾。
- (三)、下次期末報告審查會議，請邀請本府孫秘書淑蓉參加。
- (四)、期末報告由審查委員先行審核，在審核通過後，請規劃單位向市長及各一級主管再進行一次綜合報告。
- (五)、本次期中報告審查通過，請規劃單位依契約內容及本次會議委員建議事項，儘速完成規劃研究工作。

十、散會（上午十時五十分）

附錄八：期中報告審查會議委員意見與回應

本計畫根據期中報告審查委員的建議，於期末報告書進行適度的調整與修改，共計歸納建議有十點，本計畫並在之後提出具體回應作法，以下即針對各項意見及回應說明如下：

意見一：若產業中要具有觀光特色，是否考慮銀髮族、親子與休閒觀光如何結合，除了原先養生產業規劃外，是否有其他附加價值活動，例如能結合觀光或提供親子遊憩的場所。若考慮聚焦在「觀光醫療產業」的範圍應該是一個很好的方向。

回應作法：本計畫所規劃的嘉義市特色產業係以養生產業主體(稱為「多功能健康生活園區」)，並與嘉義市之文化、觀光資產做適度連結，結合觀光、休閒、與養生。「多功能健康生活園區」有八大主題，分別為「養生園區」、「養生主題公園」、「民俗療法區」、「健身美容舒活區」、「養生活力美食區」、「地方特色健康物產展售區」、「科技醫療養生區」和「健康步道休閒區」等。目標消費者涵蓋老、中、青、兒童等各種客層。

意見二：照顧服務產業主要是福利服務，而「福利服務」與「產業」間的連結應在期末報告中有具體著墨。

回應作法：如**意見一**之回應作法。

意見三：建議養生產業是否加入「整型美容相關」部份。

回應作法：已修正完成，涵蓋在「科技醫療養生區」主題區內(詳見期末報告書之第七章)。

意見四：建議在養生產業中加入「金屬與模具加工等輔具產業」。

回應作法：已修正完成，涵蓋在「科技醫療養生區」主題區內(詳見期末報告書之第七章)。

意見五：養生產業若要當作本市特色應再加以聚焦，此部份及相關配套措施，如更具體的產業內容、品牌形象如何建立？對產業界之誘因？如何進行品牌行銷？等等應是規劃單位在後續期末報告中應努力的方向。

回應作法：已研擬完成，其中特色產業之具體內容詳見期末報告書之第七章、推動策略(單一窗口資訊平台、推動方案、獎勵措施)詳見期末報告書之第八章、品牌行銷與推廣詳見期末報告書之第九章。

意見六：報告內文圖表格式應一致，表頭、圖尾、資料來源及錯別字各部份應加以修正，以符合一般研究報告之撰寫規範。

回應作法：已針對全文修訂完成。

意見七：另外表圖的年期也應放入，而引用資料若已過期應不需放入，最後是附錄第一節嘉義縣部份與第三節重覆。

回應作法：已修訂完成。

意見八：在中央上位政策部份，最新的「新十大建設」相關部份可放入內容。

回應作法：已修訂完成(詳見期末報告書之第二章第二節)。

意見九：期中報告 p.10 中關於法令與開發區位部份的規劃進度，與合約書內容稍有出入，應進行修改。

回應作法：已依實際執行狀況修正(詳見期末報告書之第一章)

意見十：期初報告及期中報告審查會議之委員意見，須納入期末報告書修之附錄中。

回應作法：已修正完成(詳見期末報告書之附錄四及附錄六)。

附錄九：期末報告審查會議紀錄

一、會議時間：九十三年九月二十四日（星期五）下午二時三十分整

二、會議地點：本府第一會議室

三、主席：陳主任秘書永豐

紀錄：國立嘉義大學

四、出席人員：如簽到簿

五、主席報告：(略)

六、規劃單位(國立嘉義大學)簡報：(略)

七、審查委員之意見：

(一)公平會陳副主委紀元：

1. 整個園區構想很好，但主題內容多，涉及主要族群範圍廣，因此在實際推行時，是否有困難？因為園區牽涉到不同族群與目標市場，園區的行銷定位困難不易，形象差異太大的話，是否會有難以實際執行。所以在執行時能否選擇較單一方向的定位，否則在融合上會有魚與熊掌難以兼得的困擾。
2. 在招商時，廠商的來源是否會有問題，供給量能否足夠？而屬性間會否相加或排斥？
3. 養生主題公園和休閒步道，不一定要由公部門來執行，應該也能考慮民間來經營，而且最好同時能結合商業的行為，才能帶來商機。
4. 延續上一點，目前國內在結合休閒與健康的消費是很興盛的風潮，若能交由民營，也能為公部門節省經費。
5. 中草藥是嘉義市的特色，能否擴大成台灣草藥，而非侷限在嘉義草藥，更別再去強調中國草藥。
6. 八大主題的概念很好，但必須明確鎖定單一族群，才能有效吸引並從消費中帶來高額收入。以台北動物園的 zoon mall 為例，商品多針對小朋友，因父母同行消費，而達到提升購買力的目的。

7. 在促銷的部份是需由長期的推廣而非單靠一節慶活動或簡單的 event。

(二)嘉義市企業經理人協進會游前理事長國謙：

1. 個人認為這份規劃報告很專業也很好，希望未來在推動時不是束之高閣，而是應該付之實行。
2. 現在以「創意、文化、觀光」的組合，是目前全球各城市行銷最風行的方法。而現在嘉義市更加入了科技、生技的元素，是否應該凸顯成為嘉義市未來發展的獨特定位和特色，未來這些重新組合能否成為嘉義市將來的旗艦計畫，站在投資者的立場，是必須思考的是到底嘉義市能夠帶給我們什麼希望和夢想。
3. 嘉義市應結合獨特元素設計出套裝行程，成為具有賣點的觀光文化重要據點，在 2008 年的觀光客倍增計畫西部旅遊線中凸顯出來，以吸引未來國際化發展所帶來的國際觀光人潮。
4. 如何重新結合舊有和創新的元素，組合成具有差異化的發展特色？如何組合在地文化休閒、健康休閒的雙元重點發展，並開放讓民間 BOT，公部門能制訂正確發展策略，對民間企業將具有非常的吸引力。

(三)工業會陳理事昭五：

就嘉義市總體經濟發展規劃，以工業人角度看「養生產業」選項為特色產業似有量身訂製味道，但反觀嘉義市的資源及條件亦是良好選擇。建議於期末報告審查完成後，市政府應在體制內提供預選，配合嘉義今後 20 年之總體經濟發展為藍本進行本案短、中、長期可行評估，其理由如下：

1. 養生產業在福利國制度之國家逐漸當紅，因其衍生之經濟生產面有很多屬於消費性無形商品(如報告中列項之民俗療法、健身美容、養生活力美食、醫療養生等等)，但這些新消費趨向需考量自身資源及條件(經濟所得)，此新消費趨向是依區域(鄉城)的經濟活動值不同而差異，也就是消費面受區域經濟所得而消長。
2. 本市自升格省轄市來，雖產業經濟建設不如預期，但 20 多年來之民生基礎建設，達到主區域中心水準，為生活機能相當好城市，此為發展養生產業最佳

資源與條件。

3. 相關產業開發已有基督教醫院看護良好經營模式，政府對現有相關產業給與歸類認證並提供優惠獎勵辦法，採育成中心模式輔導可增加後續相關養生產業成功機率。
4. 以嘉義市就業人口，服務業佔首位，就今後嘉義市總體經濟發展規劃：養生產業列項就目標有其可行性，但就短中長期之開源貢獻不大，而加項相關產業之輔具工業，有利於引導本市傳統產業轉型，增加就業人口及稅收是可預期。
5. 根據 88 年嘉雲南地區，利用嘉義機場進出人數，當年約百萬人次，應用邏輯統計其衍生動態人口約 250 萬人次(高鐵介入屬彌補原空運衰退數據不影響其數值)能導入其資源，建構「養生產業」應有期待。

(四)嘉義市政府財政局李副局長榮斌：

1. 在稅捐的部份，本計畫應再加入補充有關減免地價稅的部份。
2. 可使用都市計畫發展的配套措施方法，儘可能吸引民間廠商投資經營。政府在大雅路一帶的公有土地非常有限，除了光華營區、彌陀區有較大塊土地外，如果市政府要投資，必須考慮是否符合成本，因為該地區是寸土寸金，儘可能採由獎勵民間投資，主管機關再來配合政府政策執行發展。

(五)嘉義市政府企劃室徐主任永燦：

1. 期末報告第二章應納入行政院日前召開「全國服務業發展會議」之相關內容，以即時更新並充實中央上位政策之內容。
2. 台塑和台糖也欲自行發展經營養生村，所以未來將成為趨勢。嘉義市未來若能及早投展則有市場先佔，打出名號的機會，若較晚發展也能見賢思齊，以民間經營的經驗，再進行改良修正。
3. 5-15 頁籌設生物科技園區、成立創新育成中心並未實行，要移除去。頁 5-19 的內容，也建議修正。
4. 10/20(三)上午十點，需再對嘉義市二級以上主管進行簡報，簡報時間約二十

分鐘，問答時間十分鐘。

(六)嘉義市政府企劃室林副主任青萍：

1. 台灣整體服務業的產值現佔產業總產值比例為 67%，而嘉義市則高達 74%，政府未來將會更積極朝服務業加值發展的方向施政。因此，未來嘉義市養生產業精緻發展的規劃方向是正確，而在落實的部份就非常重要。
2. 未來在推動時，能否考慮將現有的資源納入，例如：長青園區。
3. 未來如何具體執行的作法，將是重點。能否對八大主題的短、中、長期執行目標與行程進行規劃。同時，能否對嘉義市現有的相關廠商資源做全面調查整理。

(七)市政府謝顧問尚能(書面意見)：

1. 主題範疇稍感廣泛，建議研擬較具體可行之短、中、長期計畫目標。
2. 勿排斥傳統產業，反應鼓勵以現有之基礎注入新科技，加強研發或許更容易於短期內發展成為本市之特色產業。
3. 計畫中之許多產業均涉及都市計畫與土地取得之問題，應評估其可行性。

(八)中正大學經濟系王主任釗洪(書面意見)：

1. 本計畫在主持及其研究團隊之細心擘劃下，經期初、期中兩次審查及多次座談的集思廣益，本報告已益見具體完整，可喜可賀。期末報告對嘉市特色產業計畫之目標，中央上位計畫分析、臨近縣市重大發展計畫、及本市現況與資源分佈，皆有詳實深入之敘述分析，可嘉。
2. 期末報告第五章仍維持期中報告所列之養生產業、文化創意、數位內容、生物技術四項產業於其整體規劃。唯僅養生產業有「多功能健康生活園區」之細部規劃。如第七章，以主題公園、民俗療法及至步道休閒等。其他三項產業則未有細部規劃內容，顯示本報告仍以選擇養生產業為嘉市之特色產業。
3. 由第七章所列之養生產業之規劃內容，本人感覺其所顯示之特色，並不預期之具有特色。例加健身美容舒活區之健身房、SPA 水療館、舞蹈教室、游泳池、三溫暖等，在台灣其他縣市已很普遍。又養生活力美食區之藥膳餐廳、西式料

理亦屬常見，致難見嘉市特色也。本人在期中報告審查時，曾建議整合嘉市之醫療資源，將整形手術(含割雙眼皮、腹部抽脂、隆鼻、隆乳)與休閒旅遊相結合，打造嘉市「美麗城市」之特色，使愛美人士來此既整容又旅遊，是否更具有創意及「特色」！

(九)嘉義市政府孫秘書淑蓉(書面意見)：

1. p.5-4 之社區式照顧，內容均屬「照顧住宅」，故建議改為「照顧住宅」較佳。
2. p.5-5 之協助式照顧，有以下缺點待改進
 - (1).依其內容建議改為「社區式照顧」。
 - (2).首段中「居家護理」之服務對象應改為「居家服務」之對象，因其內容為居家服務對象。
 - (3).第 4 行中間「或是由醫療機構人員....衛教等」，應為「居家護理」內容。
 - (4).第 3 行：緊急救援前加「、」。

(十)經建會審查之書面意見：

1.都住處意見

- (1) 本案嘉義市「特色產業」之發展規劃，所研提之多功能健康生活園區，以養生產業為主，適度連結在地優勢文化與觀光產業資源之作法，乃務實就有限之地方資源，以策略性分析方法，並充分邀集由當地產官學研等人士參與研提之共識結論，作為嘉義市未來發展願景，全體市民共同努力之方向，應屬合理。
- (2) 本研究案以文字描述為主，如能有相關圖示，聯結地區相關資源之空間分布關係，作為相關資源之分析與整合，以強化特色產業之空間發展規劃，應能對嘉義市未來之產業發展規劃有相當助益。
- (3) 本報告與原所提之申請計畫書內容及研究方法有差異部分，建請加以比較說明。

2.部門處意見

- (1) 本報告認為嘉義市特色產業為養生產業，立論點僅在硬體設施之數量較多，但並未提出較其他縣市及外國優勢之處。
- (2) 本報告推動特色產業發展僅以設置多功能健康生活園區為主，而非整合當地及週邊資源，加以產業化，與原旨不符。惟如欲以園區帶動特色產業發展，則仍應提出具體做法構想。
- (3) 本報告提出舉辦健康活力文化節，構想不錯，但要能成為國際化活動，並有研發、特色營造、國際宣導做後盾，且健康活力文化節內容有哪些具競爭力且可以端出來的，應明確指出。

3.財務處意見

(1) 內文修正建議：

- 第 p7-10 表 7-5 有關三縣市於民國 97 年與 102 年預測人數之資料來源，請加以註明。
 - 第 p7-22 第 3 行 每月並酌收管理費約費元/每人，是否漏掉金額數字，請再確認。
 - 第 p8-4 (七) 優勢的財稅支援政策 一段，內文僅敘及由嘉義市政府幫助企業協尋銀行、創業者洽談融資事宜，係屬財務支援措施，請再補充稅務支援方面措施，以符合標題。
- (2) 該多功能健康生活園區之規劃，在硬體建設部分擬採 BOO 方式，由民間自行取得土地並興建相關建物，自負經營成敗風險；惟園區地點選擇、經營團隊進駐條件則將由該市政府擬成立「嘉義市特色產業專案推動辦公室」轄下之養生園區管理組負責，若未來土地取得困難，該管理組能否提供協助，降低廠商開發風險。
 - (3) 所規劃之養生住宅園區定價定位為何？若定位為平價市場，是否對進駐廠商仍具有開發誘因，請妥為規劃。
 - (4) 期中審查意見中要求強化政策可行性分析，經檢視該期末報告，有關規劃發展養生產業為嘉義市之特色產業在市場、技術、經濟、財務可行性方面尚屬適宜，惟在環境可行性部分，該計畫擬在嘉義公園與蘭潭區間規劃養

生園區，該區位於嘉義市東邊，離市中心較遠，請一併強化交通服務規劃，以增加吸引外縣市遊客消費誘因。

(十) 經建會邱專門委員阿棗(書面意見)：

本次僅就第七章以後內容表示意見：

- 1.本報告極有份量，搜集了相當多的資訊供參，相當辛苦！惟部分內容與本主題並不非常相關，譬如第五章第四節提了很多「世界主要國家生物技術產業發展現況與趨勢」；另，第九章第二節，突然冒出「國內各縣市節慶活動之分析」，後者現況說明或可置於第三章，意即第三章不僅只提建設計畫，亦可加入軟性的活動等等。
- 2.由於本報告太厚，建議宜有「摘要」，以讓人馬上抓住整本報告的重點，掌握嘉義市特色產業的發展方向；一般而言，沒有時間的人，通常先看摘要、緒論、結論與建議即可掌握報告中的絕大部分內容。
- 3.多功能健康生活園區分設的八區，是必要抑或可選擇性？是讓其慢慢自然生成抑或一次創造出來？
- 4.果真要人為創造一園區，則其開發與營運管理模式更應精心設計，為提升效率，應朝引進民間投資的方式思考，則亦應有政府配合事項機制設計的建議。
- 5.有關多功能健康生活園區，文中提到抽象概念與具體概念二種，而由 P7-2 圖 7-1 (獨缺養生園區)，看起來應屬具體概念，這樣的設計有否市場性？規模應多大？地點應在何處？集聚或分散式？市政府介入嗎？均需進一步評估。短期來看，個人以為宜整合嘉義市當前的醫療資源、藝術、文化創意等，營造優質生活環境，廣招遊客、居民，以逐漸形成特色產業。
- 6.文中提到市政府可自行開發養生住宅，惟嘉義市已有很多護理機構，會有市場性及利基嗎（政府不宜與民間爭利）？假設真的須由政府興設，其經費籌措及營運管理又該如何？曾否評估過？
- 7.有關養生主題公園部分，設森林博物館的目的是什？吸引觀光？抑或有激起前來園區長住的意圖？事實上文中規劃的 theme 並不是那麼清楚。
- 8.第八章僅提「嘉義市特色產業的推動策略」，建議宜加八「推動措施」，由於政

府財政困難，需設計各種誘因，以引進民間投資，這些工具的運用，除法規鬆綁及行政協助外，應包括租稅、融資優惠等（文中曾提到，只是蜻蜓點水，宜整合成套），應為本案推動的主要方法。

9. 記得本人上次曾提到以 **events** 的方式促進特色產業的形成，所以 **events** 的舉辦為事前的營造，有別於第九章特色產業的推廣與城市品牌行銷，這兩種理念恐怕不一樣。
10. 洋洋灑灑的報告卻以三頁的「結論與建議」收尾，殊為可惜，請將本文重要的、真正的結論及建議以條列式列出，最好將結論與建議分成兩節，應包括整體構想及如何達成（含推動策略與措施）等等。
11. 過去曾建議進行國外特色產業形成的個案分析，以作為嘉義市借鏡，惟迄今仍付闕，感到有點遺憾，不過也許距結案已很緊迫，所以算了！
12. 有關文句不通部分，如 p10-3 第三行，「將市政規劃與整體市民生活環境與納入嘉義市特色產業發展之中。」其中「與」字應是多餘的，其他的請自行檢查並修正。

八、規劃單位之綜合回應：

- (一)、行政院日前召開「全國服務業發展會議」之相關內容，將會擇要內入第二章。
- (二)、第十章第一節之「結論」將會把各章節之重點摘錄出來擴，以大篇幅內容
- (三)、第十章第二節之「建議」將會依未來若要推動該特色產業，研擬較具體可行之短、中、長期計畫目標與推動作法。
- (四)、為方便閱讀，會加入「摘要」(Executive Summary)。
- (五)、報告書之其它瑕疵，將再加以修正以求嚴謹。
- (六)、期末報告審查會議之委員意見，會納入期末報告書修訂版之附錄當中。

九、主席裁示：

- (一)、本次期末報告審查原則通過，請規劃單位依契約內容及本次會議委員建議事項，儘速完成後續規劃研究工作。
- (二)、期末報告修正後，請規劃單位在本府十月份之擴大主管會報中，向市長及各級主管進行一次綜合報告，簡報時間為 20 分鐘，另預留 10 分鐘接受答詢(Q&A)。
- (三)、依本計畫契約內容之規定，規劃單位應舉辦三場研習課程，請儘速與本府企劃室商討研習時間、地點、內容等細節。

十、散會（下午四時整）

附錄十：期末報告審查會議委員意見與回應

本計畫根據期末報告審查委員的建議，於期末報告書(修訂版)進行適度的調整與修改，共計歸納建議有九點，本計畫並在之後提出具體回應作法，以下即針對各項意見及回應說明如下：

意見一：5-15 頁籌設生物科技園區、成立創新育成中心並未實行，要移除去。
頁 5-19 的內容，也建議修正。

回應作法：已修訂完成。

意見二：第 p7-10 表 7-5 有關三縣市於民國 97 年與 102 年預測人數之資料來源，請加以註明。

回應作法：該資料為本計畫線性推估結果。

意見三：第 p7-22 第 3 行 每月並酌收管理費約費元/每人，是否漏掉金額數字，請再確認。

回應作法：已修訂完成。

意見四：第 p8-4 (七) 優勢的財稅支援政策 一段，內文僅敘及由嘉義市政府幫助企業協尋銀行、創投業者洽談融資事宜，係屬財務支援措施，請再補充稅務支援方面措施，以符合標題。

回應作法：已修訂完成。(詳見期末報告書第八章第一節)

意見五：洋洋灑灑的報告卻以三頁的「結論與建議」收尾，殊為可惜，請將本文重要的、真正的結論及建議以條列式列出，最好將結論與建議分成兩節，應包括整體構想及如何達成(含推動策略與措施)等等。

回應作法：「結論」部分已增加內容(詳見期末報告書之第十章第一節)，而「建議」部分，因要涵蓋對本計畫後續之短、中、長程具體目標與行動方案之研擬，擬於結案之成果報告撰寫時，再增修完成。

意見六：有關文句不通部分，如 p10-3 第三行，「將市政規劃與整體市民生活環境與納入嘉義市特色產業發展之中。」其中「與」字應是多餘的，其他的請自行檢查並修正。

回應作法：已修訂完成。

意見七：由於本報告太厚，建議宜有「摘要」，以讓人馬上抓住整本報告的重點，
掌握嘉義市特色產業的發展方向

回應作法：已修正完成。

意見八：依本計畫契約內容之規定，規劃單位應舉辦三場研習課程，請儘速與本
府企劃室商討研習時間、地點、內容等細節。

回應作法：已將研習計劃書函送市政府企劃室，預定十月十五日舉辦三場研習課
程。

意見九：期末報告審查會議之委員意見及回應作法，須納入期末報告書修訂版之
附錄中。

回應作法：已修正完成(詳見期末報告書修訂版之附錄九、十)。

參考文獻

1. 財團法人國家政策研究基金會，老人長期照護政策-國家干預觀點之分析，民國九十一年五月。
2. 嘉義市衛生局，衛生白皮書，民國 92 年
3. 行政院社會福利委員會長期照護專案小組，建構長期照護體系先導計畫，民國九十年。
4. 健全台灣長期照護體系，「衛生報導」，115 期。
5. 何冠清(2003)，消費者對藥膳餐廳食品品質的態度與飲食行為之研究，中國文化大學生活應用科學研究所碩士論文，民國九十二年。
6. 陳文鏞(2003)，從休閒需求觀點探討休閒農業發展養生農場之可行性-以台中市民為例，逢甲大學土地管理學系碩士在職專班碩士論文，民國九十二年。
7. 廖美智，中草藥產業現況與趨勢，民國九十年。
8. 林瑩禎，保健食品市場現況與趨勢，民國九十二年
9. 行政院經濟建設委員會 <http://www.cepd.gov.tw>
10. 內政部營建署：<http://www.cpami.gov.tw/Welcome.htm>
11. 文建會創意產業中心：<http://cidc.cca.gov.tw/>
12. 創新與創造力中心 <http://www.ccis.nccu.edu.tw/>
13. 創意生活網：<http://www.creativelife.org.tw/index2.php>
14. 文化創意產業專屬網站：<http://www.cci.org.tw/portal/index.asp>
15. 全民創新運動：<http://www.innovation.org.tw/>

16. 經濟部中小企業處：<http://www.moeasmea.gov.tw/index.asp>
17. 地方產業特色網：<http://www.taiwanplace21.org/>
18. 文建會世界遺產知識網：http://wh.cca.gov.tw/index_lang.asp
19. 台灣植物藥園 <http://www.virtue.com.tw/>
20. 旺樹園養生教育農場 <http://travel.network.com.tw/hotelPage/wang/>
21. 創意設計生活型產業研究計畫 <http://www.ccis.nccu.edu.tw/web2-1-6.htm>
22. 中華民國健康食品協會 <http://www.hfa.org.tw/>
23. 吉事圃有機生活館 <http://www.gesp.com.tw/>
24. 從臨床營養看生機飲食 <http://www.csh.org.tw/into/nut/article/art1.htm>