

澎湖觀光產業推廣中心委託  
民間參與營運 (ROT) 案

可行性評估

交通部觀光局澎湖國家風景區管理處  
中華民國 97 年 9 月

# 目 錄

<b>第一章 計畫緣起及目的</b> .....	<b>1-1</b>
1-1 計畫緣起 .....	1-1
1-2 計畫目的 .....	1-2
1-3 分析架構 .....	1-3
1-4 計畫範圍 .....	1-4
<b>第二章 環境特性概述</b> .....	<b>2-1</b>
2-1 自然環境現況 .....	2-1
2-2 實質環境現況 .....	2-2
2-3 觀光資源與特色產業分析 .....	2-3
<b>第三章 基地發展潛力與活動引入分析</b> .....	<b>3-1</b>
3-1 基地發展條件分析 .....	3-1
3-2 發展定位-觀光產業推廣中心 .....	3-6
3-3 活動引入分析 .....	3-7
<b>第四章 市場可行性評估</b> .....	<b>4-1</b>
4-1 澎湖縣觀光旅遊市場分析 .....	4-1
4-2 觀光旅遊市場預測 .....	4-3
4-3 澎湖觀光產業推廣中心市場可性評估 .....	4-10
<b>第五章 法令可行性評估</b> .....	<b>5-1</b>
5-1 相關法令分析 .....	5-1
5-2 民間參與開發經營評估 .....	5-7
<b>第六章 工程技術可行性評估</b> .....	<b>6-1</b>
6-1 經營主體發展構想 .....	6-1
6-2 空間使用配置計畫 .....	6-2
<b>第七章 財務可行性分析</b> .....	<b>7-1</b>
7-1 財務可行性分析假設條件 .....	7-1
7-2 營運財務可行性分析 .....	7-12
<b>第八章 土地取得可行性評估</b> .....	<b>8-1</b>
8-1 土地取得與政府配合事項 .....	8-1
8-2 開發經營可行性 .....	8-2
<b>第九章 環境影響評估</b> .....	<b>9-1</b>
<b>第十章 可行性綜合評估</b> .....	<b>10-1</b>

# 表 目 錄

表 1-4-1	觀光產業推廣中心樓地板面積表 .....	1-4
表 4-2-1	國人國內旅遊重要指標統計表 .....	4-3
表 4-2-2	國內旅遊目的統計表 .....	4-4
表 4-2-3	旅遊住宿方式(單位：%) .....	4-4
表 4-2-4	選擇旅遊地點時的考慮因素(重要度) .....	4-5
表 4-2-5	96 年至各地區旅遊時喜歡的遊憩活動 .....	4-5
表 4-2-6	旅遊地區遊客分佈 .....	4-6
表 4-2-7	96 年國內旅遊前十大到訪據點(單位：%) .....	4-7
表 4-2-8	96 年國家公園、國家風景區到訪比例 .....	4-7
表 4-2-9	96 年套裝旅遊路線到訪比例 .....	4-7
表 4-2-10	澎湖風景區外來旅客預測人次表 .....	4-8
表 4-2-11	92 年~96 年澎湖入境遊客人次表 .....	4-9
表 4-2-12	澎湖馬公市區觀光景點民國 100 年遊客人次預測表 .....	4-9
表 5-1-1	相關法令整理表 .....	5-4
表 5-2-1	促參法之公共建設與重大公共建設差異說明表 .....	5-8
表 5-2-2	民間參與建設各階段之執行主體 .....	5-9
表 5-2-3	民間參與公共建設方式優劣點比較 .....	5-10
表 7-1-1	財務可行性評估作業項目一覽表 .....	7-1
表 7-1-2	效益評估指標說明表 .....	7-2
表 7-1-3	財務評估基本假設與參數設定一覽表 .....	7-3
表 7-1-4	整建營建成本預算表 .....	7-4
表 7-1-5	人員薪資表 .....	7-7
表 7-1-6	計畫保險費估算參數一覽表 .....	7-7
表 7-1-7	計畫房屋稅估算參數一覽表 .....	7-8
表 7-2-1	營運財務效益分析表 .....	7-12
表 7-2-2	財務試算表 .....	7-13
表 7-2-3	營業收入變動敏感性分析表 .....	7-14
表 7-2-4	前期固定成本變動敏感性分析表 .....	7-15

表 7-2-5	營運成本變動敏感性分析表 .....	7-16
---------	--------------------	------

# 圖 目 錄

圖 1-2-1	計畫目標示意圖 .....	1-2
圖 1-3-1	分析架構圖 .....	1-3
圖 1-4-1	基地範圍圖 .....	1-5
圖 3-1-1	一樓平面使用現況配置圖 .....	3-1
圖 3-1-2	二樓平面使用現況配置圖 .....	3-2
圖 3-1-3	三樓平面使用現況配置圖 .....	3-2
圖 3-1-4	SWOT 分析關係圖 .....	3-4
圖 5-1-1	促進民間參與公共建設計畫法之申請流程 .....	5-3
圖 6-2-1	推廣中心外部空間構想說明圖 .....	6-2
圖 6-2-2	推廣中心外部空間動線說明圖 .....	6-3
圖 6-2-3	現有建築物主要立面增設遮蔽物之位置示意圖 .....	6-4
圖 6-2-4	現有建築物主要立面增設遮蔽物之位置示意圖 .....	6-4
圖 6-2-5	間照明構想示意圖 .....	6-5
圖 6-2-6	一樓迴廊及二樓陽台戶外餐飲示意圖 .....	6-6
圖 6-2-7	增設建築物地標位置說明圖 .....	6-6
圖 6-2-8	建築地標構想說明圖 .....	6-7
圖 6-2-9	新增南側出入口平面示意圖 .....	6-7
圖 6-2-10	一樓平面圖 .....	6-8
圖 6-2-11	一樓拆除暨增設隔牆位置示意圖 .....	6-9
圖 6-2-12	澎湖觀光產業中心隔牆現況照片 .....	6-9
圖 6-2-13	寬敞明亮的購物空間案例說明圖 .....	6-9
圖 6-2-14	一樓平面配置示意圖 .....	6-10
圖 6-2-15	一樓人行動線圖 .....	6-10
圖 6-2-16	中央服務區示意圖 .....	6-11
圖 6-2-17	零售商場區示意圖 .....	6-11
圖 6-2-18	地方特產販賣區小攤示意圖 .....	6-12
圖 6-2-19	咖啡簡餐區、戶外咖啡座及戶外休憩區示意圖 .....	6-13
圖 6-2-20	一樓主要入口挑空大廳示意圖(I) .....	6-14
圖 6-2-21	一樓主要入口挑空大廳示意圖(II) .....	6-14
圖 6-2-22	二樓平面圖 .....	6-15
圖 6-2-23	二樓拆除暨增設隔牆位置示意圖 .....	6-16
圖 6-2-24	二樓平面配置示意圖 .....	6-16
圖 6-2-25	二樓人行動線圖 .....	6-17
圖 6-2-26	澎湖生態、貝殼文石展覽售區示意圖(I) .....	6-17
圖 6-2-27	澎湖生態、貝殼文石展覽售區示意圖(II) .....	6-18
圖 6-2-28	澎湖生態、貝殼文石展覽售區示意圖(III) .....	6-19
圖 6-2-29	零售商場示意圖 .....	6-19
圖 6-2-30	零售商場擺設示意圖 .....	6-20
圖 6-2-31	二樓商場及展示空間挑空處示意圖 .....	6-21
圖 6-2-32	二樓咖啡簡餐區示意圖 .....	6-21
圖 6-2-33	三樓平面圖 .....	6-22

圖 6-2-34	三樓平面配置示意圖 .....	6-23
圖 6-2-35	三樓人行動線圖 .....	6-23
圖 6-2-36	戶外休憩區示意圖 .....	6-24

# 第一章 計畫緣起及目的

## 1-1 計畫緣起

隨著政府推動國內觀光旅遊發展建設及週休二日生活型態的成熟，近年來國人假日旅遊風氣盛行，觀光旅遊市場持續的成長中，傳統的旅遊型態也不斷的在改變創新，新一波觀光旅遊熱潮集中於自然生態觀賞與文化地景體驗的深度之旅，以及以定點式休閒度假取代行程匆忙的瀏覽型旅遊模式。澎湖群島向以獨特的自然地形景觀、豐富多樣的生態環境資源以及離島型生活文化等特色，加上近年來在觀光局澎湖國家風景區管理處（以下簡稱「澎管處」）投入龐大的建設資源與管理人力，大幅提升澎湖旅遊基礎設施的服務品質，遂將澎湖發展成為國內最具鮮明意象的海上觀光度假型國家風景區。

凡首次蒞臨澎湖的遊客，在抵達馬公之後的首站多會安排至建築造型優雅的澎管處園區參訪，到「澎湖遊客中心」聽取風景區旅遊導覽解說，認識各島嶼觀光景點的特色資源及風景區內交通、餐飲、住宿、特產等服務資訊，以建立對澎湖觀光特色的第一印象。而澎管處為提供旅客方便的特色紀念品選購，促進地方經濟發展，亦於管理處行政大樓西側設立「澎湖觀光產業推廣中心」，委託民間經營特產販售、餐飲服務及主題體驗館等服務。

目前「澎湖觀光產業推廣中心」係以出租方式委外經營，基於有感於整體園區既為到訪旅客的首站門戶，且由「澎湖遊客中心」經木棧小橋相連「澎湖觀光產業推廣中心」而構成一完整之遊客休憩觀光據點，深具觀光發展潛力，是以為提升本推廣中心服務功能，並配合行政院推動民間參與公共建設之政策，擬依「促進民間參與公共建設法」程序，就本工作範圍之環境現況、遊憩資源特色等加以分析其開發潛力，並依促參法辦理其可行性評估、先期規劃及後續甄審作業等事項，期藉民間充沛資源與活力，活化本推廣中心之服務功能、營造民間投資之良好氛圍，進而達到澎湖產業之推展。

## 1-2 計畫目的

本計畫目標將透過專業、客觀且務實的角度，以市場、法規、財務、環境影響等方面相結合，來進行「澎湖觀光產業推廣中心」營運與招商之可行性評估，以市場潛力及地理優勢條件架構計畫標的物最適利用方式與經營模式，尋找民間投資經營的利基誘因，以促成民間廠商投資經營的意願，同時亦能兼顧主管機關推動澎湖觀光發展之政策目標，以及有效提升觀光產業推展中心之整體形象，創造舒適、美觀的觀光旅遊服務設施品牌，達到政府、投資者及遊客皆能獲益的招商目標。因此，針對澎湖觀光產業推廣中心委託民間招商暨經營作業，計畫目的如下：

1. 引入民間企業經營的活力，協助推展行銷地方特色產品的魅力，刺激旅客消費意願，促進地方經濟的繁榮與發展
2. 運用民間企業的創意與服務能力，提高對旅客服務的品質，營造觀光地區舒適、悠閒、愉快的體驗環境與氣氛。
3. 藉由公平合理的機制，創造民間企業經營的誘因，達到政府、經營者及遊客三方共享政策推動的效益。

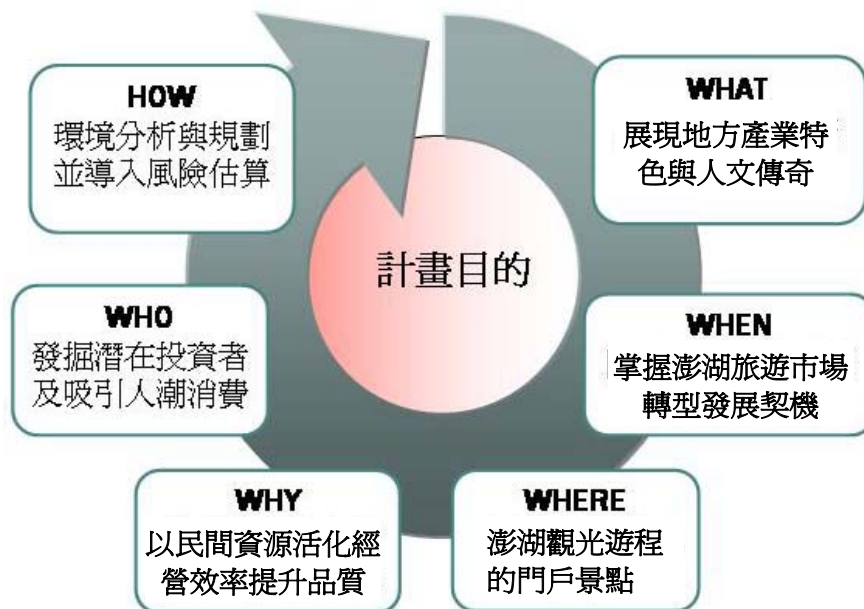


圖 1-2-1 計畫目標示意圖



### 1-3 分析架構

依現況之區位、消費特性、規劃構想與營運，交叉分析相互之關係，藉以競爭分析、趨勢分析、財務分析及建築與空間分析引導出空間發展、消費趨勢、發展潛力、客層定位等規劃重點，並以投資廠商與消費者分別作為分析的對象。

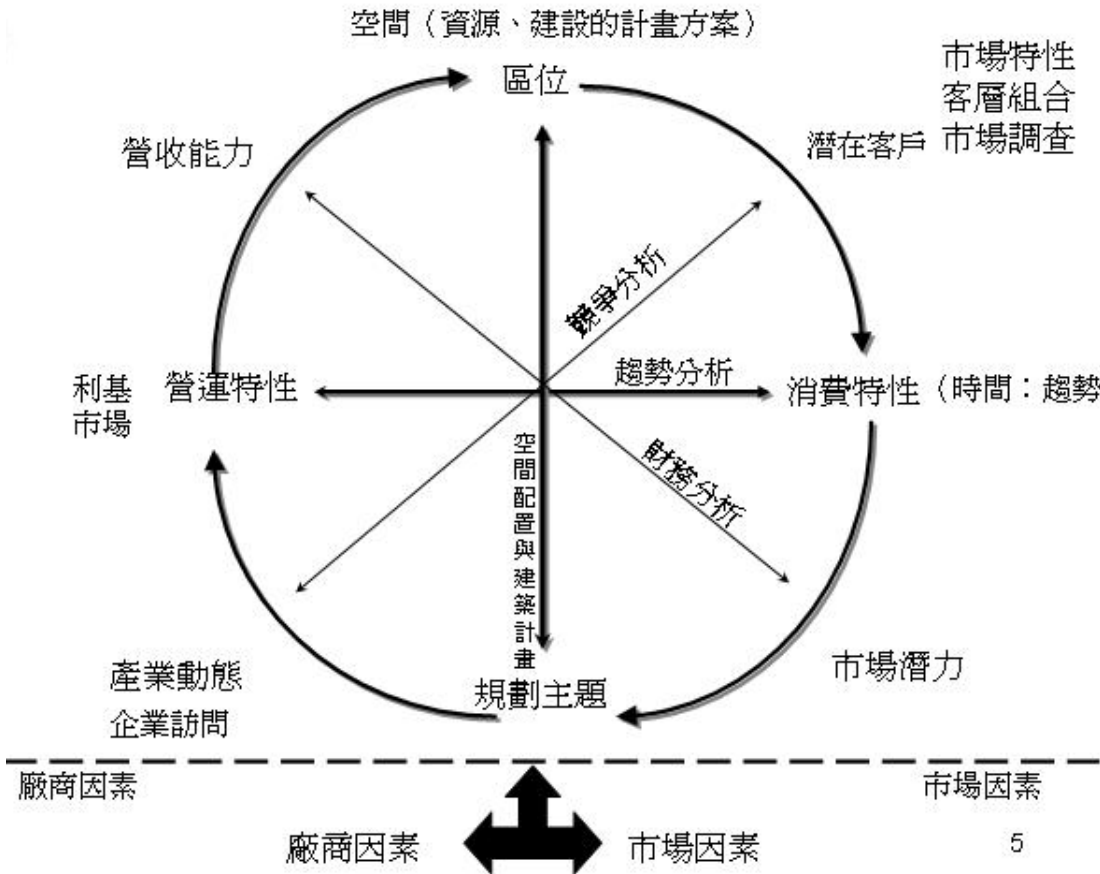


圖 1-3-1 分析架構圖

## 1-4 計畫範圍

本計畫基地位於馬公市光華里交通部觀光局澎湖國家風景區管理處園區內，鄰 204 號縣道旁，為馬公機場遊客進入市區必經之道，距航空站及馬公市區各約五～十分鐘車程，交通便捷，且區位佳。

澎湖國家風景區管理處園區由三棟主建築群呈合院式座落，詳圖 1-4-1 所示。澎管處行政中心位於正中央之主建築體，為管理處員工辦公及民眾洽詢公務的主要地點；入口區東側為「澎湖遊客中心」，內部設有風景區觀光旅遊資訊解說及多媒體視聽室等設施，提供觀光客旅遊相關資訊，前方設有停車場，可同時容納大客車 6 輛，小客車 45 輛；入口區西側則為一片優美景觀的綠地草坪為區外道路區隔，園區西側為「澎湖觀光產業推廣中心」及管理處員工宿舍區，三座建築群中央為方合院中央處則為開放式花園景觀休憩園區。

「澎湖觀光產業推廣中心」為三層樓之建築體，建築物內部空間規劃為二部分，除位於北側二、三樓澎管處將保留作為員工宿舍使用外，其餘空間皆屬本案計畫範圍內，目前由管理處租予大東山珊瑚寶石股份有限公司經營。一樓為地方特產品販售、展示及簡餐服務，二樓為特產品展示（以珊瑚、文石、貝殼為主）、手工藝 DIY 教室及咖啡吧服務，三樓為研究室，總樓地板面積約 2,665 m<sup>2</sup>（約 806 坪），使用空間如表 1-4-1 所示。

表 1-4-1 觀光產業推廣中心樓地板面積表

樓層	空間性質	面積 (m <sup>2</sup> )	面積 (坪)	備註
一樓	賣場	1,243	376	
	服務性空間	112	34	含廁所、走道、樓梯等
	(露台)	(466)	(141)	未計入樓地板面積
	小計	1,355	410	不含露台面積
二樓	賣場	714	216	
	服務性空間	73	22	含廁所、走道、樓梯等
	(露台)	(440)	(133)	未計入樓地板面積
	小計	787	238	不含露台面積
三樓	賣場	450	136	
	服務性空間	73	22	含廁所、走道、樓梯等
	(露台)	(264)	(80)	未計入樓地板面積
	小計	523	158	不含露台面積
合計		2,665	806	



## 第二章 環境特性概述

### 2-1 自然環境現況

#### 一、地理位置

澎湖群島位於南台灣之離島，由台北松山機場乘飛機航行約五十分鐘抵達馬公機場。全縣由百餘座島嶼與岩礁所組成，可分為本島、北海離島及南海離島等三大部份。其中以馬公市為行政、商業及居住之中心。

#### 二、氣候條件

澎湖地區降雨量稀少，分布不均，年平均降雨量約 900 公釐，不及台灣地區之半，夏季佔全年雨量之 80% 強。每年十月至翌年三月強勁的東北季風為澎湖的最大自然現象之一，對觀光旅遊人數的到訪影響很大。

澎湖群島屬於亞熱帶氣候區，四周又有海洋之調節，因此冬季氣溫較台灣高而夏季清涼，年平均溫度約 23 度，春、夏、秋均適合戶外觀光旅遊活動，但水上活動則較適合於每年四至九月之間。

## 2-2 實質環境現況

### 一、都市發展與產業特性

澎湖地區人口分佈以本島之馬公市、湖西鄉、白沙鄉及西嶼鄉為最多，其中馬公市為政治、經濟、交通之中心，對旅客的服務設施亦以馬公市為最重要中心區。

澎湖縣產業以漁業為最大宗，亦為全縣之產業特色，工業主要為內需生活服務型及漁產品加工為主。

### 二、交通系統

澎湖縣對外交通幾乎完全仰賴空運，但因受限於氣候及市場規模，每日僅往來台灣之台北、台中、嘉義、台南、高雄數個飛航班次，另有往來高雄港、台南安平港、嘉義布袋港之海運，致當地對外交通方便性頗受影響，尤其在觀光旺季時一票難求，對當地觀光發展影響最大。

至於在縣內各離島之間則依賴交通船之運輸，每日僅有定期航班之載客容量，無法有太大的變動。

### 三、服務設施

澎湖近年來在交通部觀光局澎湖國家風景區管理處大力投入人力及資源的建設與經營之下，風景區內相關之基礎建設已逐漸完善，且呈現國際級觀光區應有之環境品質與景觀特色。惟因對外交通載客量之限制，旅遊市場規模不易擴大，民間投資相對有所不足。

## 2-3 觀光資源與特色產業分析

### 一、遊憩資源概述

澎湖縣係由百餘座大小不同的岩礁和島嶼所組成，群島散落在台灣海峽中，特殊的氣候與地理環境，孕育了獨特的歷史人文史蹟、自然景觀和豐富的海洋、動植物等生態資源，讓這顆「海上明珠」展現多樣的風情。交通部觀光局有鑑於澎湖優秀的觀光遊憩資源與潛力，於民國 79 年經由風景區評鑑程序，確定為具國家級風景區之發展條件，並於 81 年成立澎湖國家風景區管理籌備處，並於 84 年正式成立「管理處」，負責澎湖觀光建設發展的業務推動，歷經資源整合、規劃建設、經營管理等綜合性業務的推展，為澎湖觀光旅遊市場奠下厚實基礎，開啟澎湖為「碧海藍天、自然悠閒、海上度假樂園」的發展願景。

澎湖觀光遊憩資源可概分為人文史蹟、地質地形、動植物生態、海洋生態等項目，茲分述如下：

#### (一) 人文史蹟

1. 歷史遺跡：澎湖地處海隅，群島羅列，考古學者鑑定發現澎湖在四、五千年前便有人類活動的遺跡。而真正設治開發是在七百多年前的元代，這些開發歷程讓澎湖人文史蹟更顯得多樣與豐富，因此不論是中央老街、廟史四百餘年的澎湖天后宮和光緒城等古戰場遺跡，或傳統常民文化等人文景觀，都讓澎湖這個古老容顏呈現不同風貌。
2. 傳統聚落建築：澎湖合院建築和聚落風采延續閩南建築風格，以正間為中軸、左右前方的護龍併行對稱，再以正前方造型多變的門罩或門樓連貫成合院式的住屋單位；民屋則遵從後尊前卑的梳式配置的倫常概念鋪陳聚落型態。西嶼二崁是全台古聚落保存區所在，而文化景觀豐富的望安中社和湖西沙港古厝群也都具有代表性。
3. 宗教民俗文化：澎湖的常民文化，層層鐫刻著澎湖人的艱韌和對於大自然挑戰的不妥協，也因此對天地自然的崇拜成為澎湖人的中心信仰，可從全縣 97 個村里，卻有 180 餘座登記有案的廟宇、佛寺、教堂中窺見端倪。而全台密度最高的「石敢當」信

仰、廟宇村落周邊的營頭精神防禦、宗教民俗科儀、硧咕石（珊瑚礁）格圍成的菜宅、壘置砌起的石滬和合院式民居聚落，則交織成澎湖豐富的文化資產。

## （二）地質地形

1. 海岸地形：由放射性元素定年資料，澎湖群島在 800 至 1700 萬年前已形成原始地貌和地形，經過千百萬年來的海蝕風化洗禮後，造就澎湖現在近百座島嶼獨特的地形地質景觀。由於海岸線地形蜿蜒曲折，海蝕現象讓海崖和海岸變化相當大，例如風櫃洞海蝕溝的「風櫃聽濤」風景名勝、海蝕拱門「小門鯨魚洞」的鯨魚擱淺傳說等，都讓特殊的海岸地形景觀多了一份活潑的生命力。
2. 柱狀玄武岩地形：澎湖群島因為板塊運動效應造成地殼產生裂隙，高壓、高熱的岩漿從裂隙中溢流噴出，而熾熱的熔岩流在海水與空氣的冷凝作用下，受營力、均質程度等因素影響，凝固的玄武岩自然生成多邊型的柱狀節理和板狀節理等自然奇景。其中又以南海遊憩系統的桶盤嶼巍峨高聳玄武岩石柱群最具代表性。東北海的雞善嶼、錠鈎嶼和小白沙嶼等三座嶼玄武岩景觀則已列為玄武岩自然保留區。
3. 風化與侵蝕地形：澎湖東北季風強勁，岩石一層層由外而內剝落的洋花狀風化地形，在西嶼小門嶼和多處面向北方且暴露的岩壁或坡地上隨處可見；七美嶼頂隙的惡地地形，則是雨水沖刷泥層形成的雨蝕地形。此外，因為風的搬運，讓海沙越過高地後降落在背風側坡地，形成像蒔裡沙灘上沙丘一樣的風積地形；沙灘地形的形成是珊瑚碎屑和岩石碎屑，隨著海流搬運堆積在水流緩和的海灣處形成，如山水海灘、吉貝海灘等。

## （三）陸域動植物生態

### 1. 植物生態

澎湖由於土地表土淺薄，涵水不容易，冬天東北季風強勁又挾帶鹽霧，因而形成適應當地環境特性的植物群落特色，自然增生變厚或退化成肉質與革質狀的葉子，或被覆厚層毛狀物，以減緩散失水份，並強化耐鹽和耐旱的生理機制。如濱水菜、臺灣濱藜、馬齒莧、馬鞍藤、濱刀豆、蔓荊等，都具備葉厚、低矮匍

匐、蔓藤、不定根或根系發達和抓地定沙等形態的優勢條件。

澎湖最常見諸媒體的植物包括十六世紀引進澎湖的團扇仙人掌、龍舌蘭，日據時代引進作為綠化造林的銀合歡，以及澎湖縣花天人菊、縣樹榕樹等，知名的通梁古榕即為最壯觀的榕樹群。另外，木麻黃、無葉檉柳、南洋杉則是目前最常見的造林與行道樹。經濟作物則有花生、地瓜、高粱、玉米和澎湖絲瓜（稜角）、嘉寶瓜、紅龍瓜等。

## 2. 動物生態

澎湖由於島嶼和岩礁眾多，且位於台灣海峽之中，為東亞地區候鳥遷移必經的地點，所以每年在候鳥遷移的季節，各種不同的候鳥就會大批飛到澎湖各島嶼棲息繁殖或短暫停留。根據 92 年澎湖的鳥類調查資料顯示，本地發現的鳥種包括 14 目 40 科 317 種，這些鳥類除澎湖本島各地常見的鷓鴣科、鷺科、雁鴨科等水鳥外，夏季的燕鷗仍是愛鳥人士的最愛。澎湖夏季最常見的燕鷗計有：玄燕鷗、蒼燕鷗、紅燕鷗、白眉燕鷗、小燕鷗和鳳頭燕鷗等六種。而在留鳥方面則以麻雀和小雲雀最為普遍。

澎湖地區鳥類的棲息環境包括：各島岸邊和潮間帶、縣內各水庫區、零散的防風林、農墾地都可見到。離島方面，南海各島中以大、小貓嶼和附近無人島為主，絕大多數燕鷗鳥類在這個地方繁殖；北海方面則以東北海域的大、小雞嶼、錠鈎嶼、小白沙嶼、澎澎灘、鳥嶼等島繁殖。

## （四）海洋生態

澎湖附近海域有中國沿岸流、黑潮支流、南中國海季風流等三條海流匯集在澎湖海域，讓澎湖海洋生態資源顯得豐富而多樣化。在保育類海龜當中，包括綠蠵龜、赤蠵龜、玳瑁及少數的革龜、攪蠵龜等，都在澎湖海域中出現過。尤其望安是目前台灣地區綠蠵龜上岸產卵最穩定的地區，因此公告有六處綠蠵龜產卵棲息保護區保護綠蠵龜的產卵棲地，澎管處亦在望安建置「綠蠵龜觀光保育中心」，提供海洋生態資源諮詢服務。

魚類資源部份，澎湖的魚種經過調查統計，計達 138 科 723 種，依魚類分佈習性及資源的特性可區分為礁岩魚類、底棲性魚類、洄游性魚類等。至於珊瑚淺坪中的珊瑚族群，因生長環境佳，覆蓋海床面積相當大，是海洋底層食物鏈，所以珊瑚淺坪生態系最豐富。澎湖海域的珊瑚包括石珊瑚類之軸孔珊瑚、盤珊瑚、角星珊瑚及鹿珊瑚等，柳珊瑚類之海扇、海樹等及軟珊瑚類等各種珊瑚，造型各自不同，十分可觀。另外海藻資源相當豐富，常見有綠藻、褐藻、紅藻等藻類，澎湖海域約有四十餘種，具有經濟價值的有紫菜、海菜、石花菜和髮菜。



在潮間帶礁石上常見到如蜃螺、笠螺、鐘螺、蝾螺、玉黍螺、寶螺、石驚、黑齒牡蠣等貝類；螃蟹、龍蝦、寄居蟹、瓷蟹等節肢動物；還有讓遊客驚聲尖叫的海參、海星和陽燧足等棘皮動物，都是最具澎湖地方特色的海域生態資源。

## 二、地方特色產品：

澎湖由於地理環境特色與海洋與島嶼緊密關連，因此地方物產亦與本島大異其趣，具有非常明顯的海島風味。當地地方美食包括農產品、海鮮、特產糕點、地方小吃和手工藝品等，種類繁多。例如黑糖糕、紅豆糕、澎湖鹼餅、冬瓜糕、花生糖、花生酥等，全台知名，香酥脆的口感與用料實在，早已成為遊客們最青睞的伴手禮。海鮮方面，除了可讓遊客到澎湖來大快朵頤之外，海產乾品的種類多樣且滋味可口，更是遊客選購的大宗地方特產。澎湖的文石、紅珊瑚、海樹、貓公石、珍珠，則是遊客們最喜愛的特產手工藝品。

### 第三章 基地發展潛力與活動引入分析

#### 3-1 基地發展條件分析

##### 一、發展潛力與限制

###### (一)使用現況

本基地係位於「澎湖國家風景區管理處」園區內之「澎湖觀光產業推廣中心」，基地面積為 7,118.43 m<sup>2</sup>，現況為三層樓之建築物，總樓地板面積 2,665 m<sup>2</sup>。目前基地使用現況建築物內部空間規劃為二部分，除位於北側二、三樓澎管處將保留作為員工宿舍使用外，其餘空間皆屬本案計畫範圍內，一樓為地方特產品販售、展示及簡餐服務，二樓為特產品展示（以珊瑚、文石、貝殼為主）、手工藝 DIY 教室及咖啡吧服務，三樓為研究室；其中二、三樓展示空間由於陳列物特殊性及趣性不足，因此平時少有訪客上至二樓以上參觀，業者甚至並未開放參觀。

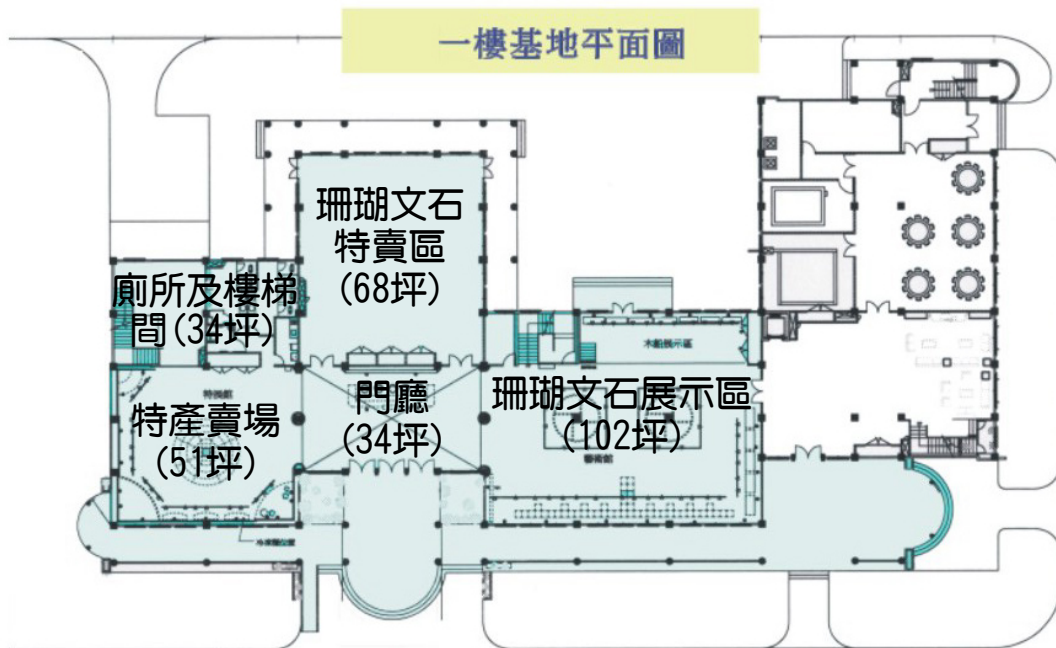


圖 3-1-1 一樓平面使用現況配置圖

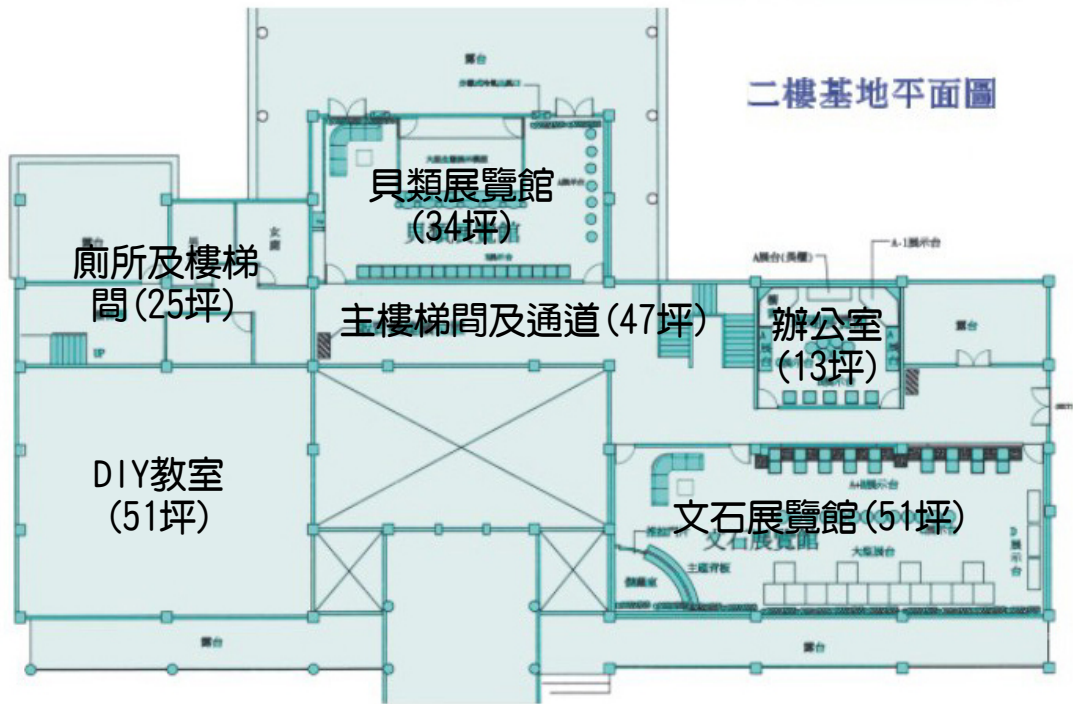


圖 3-1-2 二樓平面使用現況配置圖

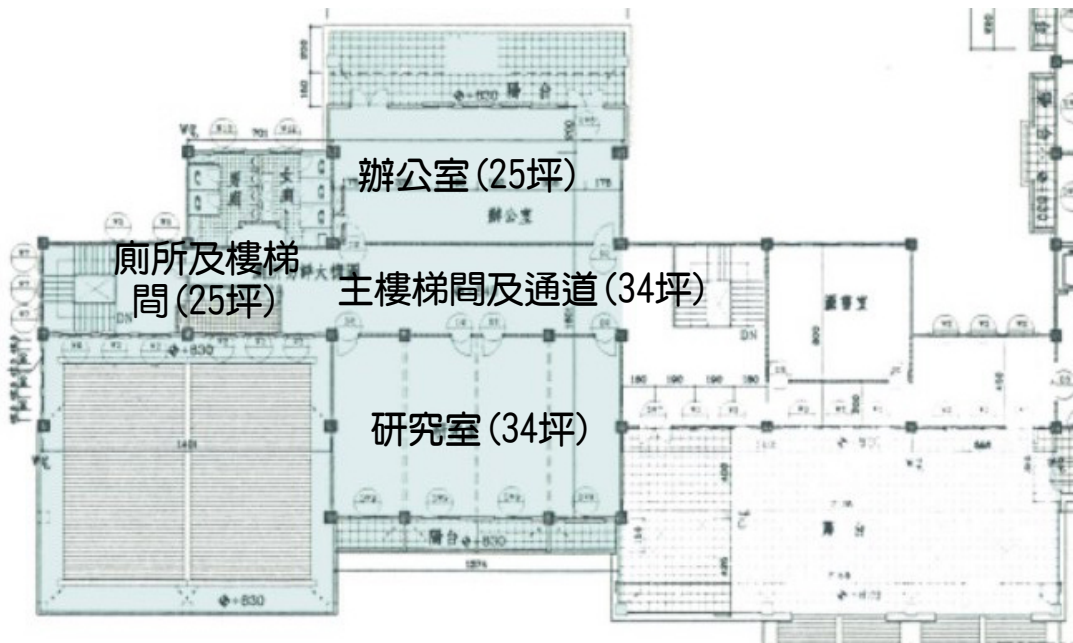


圖 3-1-3 三樓平面使用現況配置圖

## (二)發展潛力

本基地係以推廣澎湖觀光特產並服務入境遊客為設立宗旨，依其使用特性在經營上具有以下潛力：

### 1. 具良好的交通區位，便利遊客到訪

本基地位於機場進入市區的主要入口道路旁，距馬公市區僅五分鐘車程，交通區位極為便利，凡到澎湖觀光旅遊的遊客幾乎都會經過本基地，因此對旅客的吸引具有交通區位的優勢與潛力。

### 2. 可藉由公部門的服務機能吸引旅客到訪

由於本基地與澎管處行政大樓及澎湖遊客中心毗鄰，因而可順道吸引參訪澎湖遊客中心的遊客。依前述統計資料顯示，每年參訪旅客服務中心的遊客人數達十餘萬人，皆為「澎湖觀光產業推廣中心」潛在的顧客。

### 3. 為既有建築，可立即引入民間企業經營。

## (三)發展限制

本基地為既有建築，雖然可立即引入民間企業經營，但因建築空間規劃無法大幅調動，對廠商營運上亦造成限制，主要有下列幾點限制因素：

### 1. 建物內部空間分隔過於零碎，不利商場的經營

本基地內部樓地板面積僅 2,665 m<sup>2</sup>，且分屬三個樓面，對商場的經營而言，單一樓面空間顯然不符經營規模及效率，甚至三樓面積僅 450 m<sup>2</sup>，對商場的利用頗為不利。此外，本建築內部未設置電梯，不符合無障礙空間標準，未來亦應加以改善。

### 2. 未緊鄰主要住宿地點，不利夜間經營

本基地距馬公市區雖僅五分鐘車程，但對大多數是參與團體旅遊的遊客而言，若無便利的交通運輸工具接送，在白天由旅行社安排行程，夜間多以住宿點附近自由活動的旅遊方式，本基地夜間將難以吸引遊客到訪，對廠商而言經營時間將大為縮短。同時由於基地周邊無其他休閒、娛樂產業聚集，難以對遊客產生足夠的吸引力。

## 二、SWOT 分析

為理解「澎湖觀光產業推廣中心」經營的可行性，本計畫採以 SWOT 法，進一步作為本規劃基地經營市場的競爭條件。藉由組織內部和外部的面向，找出內部經營所擁有的強勢(strength)及弱勢(weakness)；外部環境面臨的機會(opportunity)及威脅(threat)，藉以

分析及研擬適當之目標與因應策略，以作為未來擬定發展構想之重要參考依據。

SWOT 分析是一項經常性的工作，必須持續進行，尤其是觀光遊憩區內部資源條件改變，而外界環境遇有重大變遷時，都必須分析其長處、弱處、機會與威脅，作為修正投資開發及經營策略的依據，以下之茲就本計畫基地與周邊之關係，以 SWOT 分析如下：

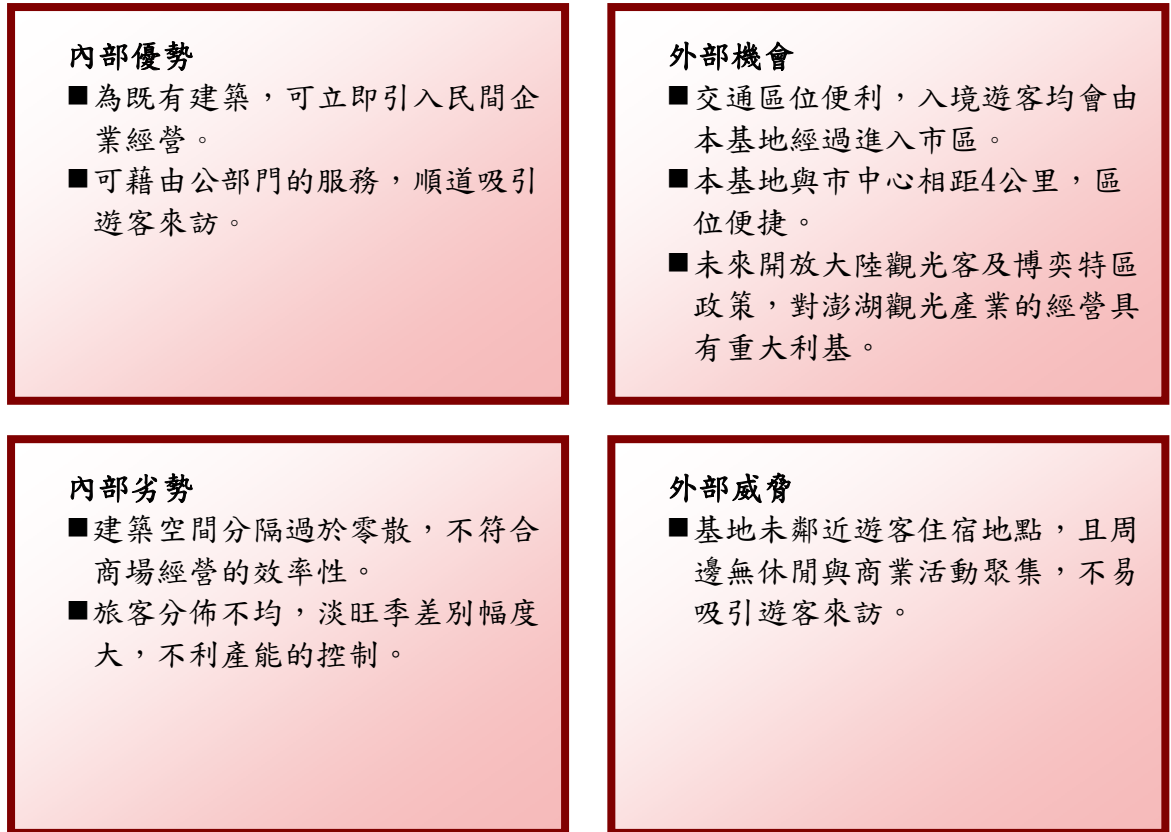


圖 3-1-4 SWOT 分析關係圖

### 三、發展課題與對策

本計畫藉由現行「澎湖觀光產業推廣中心」的經營狀況為例，分析未來經營時可能面臨之課題，並試擬其對策。

**課題一：未能展現觀光特產的特性及魅力，吸引遊客進入參訪，增加消費機會。**

說明：目前推廣中心內部裝潢陳設過於簡陋，商品種類及展示內容太過平淡，無法展現地方特產的魅力，吸引遊客入內參訪。例如由統計資料顯示，到訪旅客服務中心的年遊客人

數達 15 萬人，但進入 20 公尺外的推廣中心遊客人數只有 1/3，可見推廣中心內部商品與陳列物無法吸引遊客參訪的興趣。

- 對策：1. 要求未來經營廠商應增加地方特色商品的種類品項及展示物的內容，以新穎有趣的內容吸引遊客入內參訪。
2. 加強推廣中心內部設施陳設的裝潢品質，以明亮、優質的內裝陳設襯托特產的高價值感。

### 課題二：內部空間利用率不足。

說明：目前推廣中心內部二、三樓未充分利用，設置具參訪性的主題，因此遊客大多於一樓內短暫瀏覽之後，即無活動內容可供繼續停留。

- 對策：1. 加強內部空間利用規劃，增加展示與解說內容，延長遊客停留時間。
2. 引入具特色與趣味性之展覽內容與解說方式，尤其針對團體遊客設計的導覽解說，以吸引遊客停留。

### 課題三：經營者對遊客服務方式過於被動。

說明：目前經營者對遊客服務方式屬於傳統的靜態、被動式服務，未積極主動為遊客設計週到親切的服務內容，因此不易引發遊客消費的意願。

- 對策：1. 要求未來經營者應設計、訓練服務人員採主動、熱情的招呼與服務方式，讓遊客能有被尊重及感受觀光區優雅、愉快的參訪體驗。
2. 強化體驗式、故事性的行銷，增加觀光活動的趣味、輕鬆氣氛。
3. 以創意的服務及行銷，增加經營的效益，例如開發表演活動、手工藝品 DIY 等。

## 3-2 發展定位-觀光產業推廣中心

本基地為「澎湖國家風景區管理處」園區內之「澎湖觀光產業推廣中心」，因此其經營具有部分公部門之政策推動及私部門之企業經營效益的雙重意義，一方面必須具備推廣澎湖觀光產業的價值，同時亦能在財政上滿足自足營運之需求，同時提供遊客旅遊之休閒、購物、解說、體驗等服務。而本基地具有地理區位之優勢，東側為「澎湖遊客中心」，且至台灣本島到馬公機場航程時間僅 35~50 分鐘，是極佳發展地方特色化觀光區的場所。

馬公市區傳統店家林立，且經縣府輔導有成，形成商圈，已為知名觀光客購物、休閒、漫步之觀光形象商圈。澎湖當地農漁特產品業者，近年來已逐漸朝向品牌化、規模化發展，諸如「媽宮」、「澎祖」等均是。且以購物商場模式營運，結合旅遊業界行程安排，提供遊客便利購物。離島建設條例已賦予澎湖得設置免稅商店，相關籌設事宜刻由縣府協同馬公航空站、高雄港務局馬公辦事處、澎湖縣農會規劃中。

綜上所述，澎湖地區之觀光購物環境已逐次朝向現代化、國際化、品牌化、規模化發展。澎湖觀光產業推廣中心之發展定位並非僅係單純之賣店，而係以澎湖多元地方特色文化、產業之展示、主題解說為題，諸如澎湖特有之牡蠣、海藻養殖產業，並補以現今澎湖較為缺乏悠閒、輕鬆之簡易輕食、飲品服務，藉以充份呈現澎湖是「國際渡假島嶼」之旅遊勝地意象。透過清晰的地方特色主題，規模足夠的民間投資，帶動、刺激民間參與觀光相關產業的發展，也同時提高地區觀光空間品質，並結合政府及地方展覽相關活動，提昇現有地點影響力。未來發展應以非破壞原建物結構為主要考量。使「澎湖觀光產業推廣中心」成為海洋生物、歷史、地質、文化與景觀的縣級鄉土人文歷史教育之重要景點。

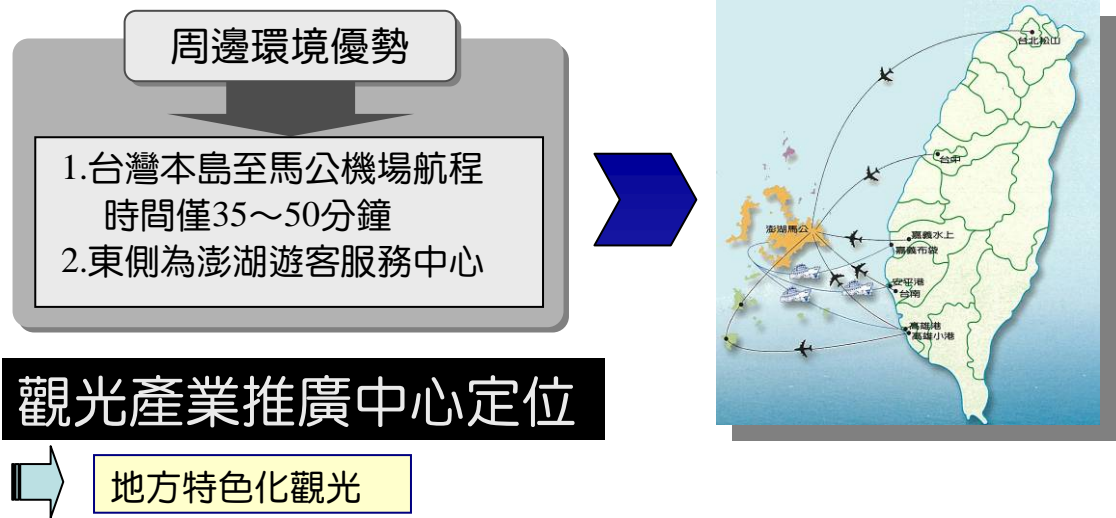


圖 3-2-1 澎湖光觀產業推廣中心定位說明圖

### 3-3 活動引入分析

依本基地之發展定位，未來適合引入之活動應可包括：特產品展示、商品銷售、主題館解說、活動體驗、餐飲及旅遊服務等項目，及其他與觀光特產推廣有關之服務。



## 第四章 市場可行性評估

### 4-1 澎湖縣觀光旅遊市場分析

#### 一、澎湖觀光遊憩系統與主要據點

澎湖觀光遊程的安排大致可分為本島系統、北海（含東海）及南海三大系統，各有其資源特色與不同的遊憩體驗，茲分述如下：

##### （一）本島系統

本島觀光遊程系統可細分為馬公市區、澎南湖西及白沙西嶼三條路線。

馬公市區為澎湖的商業與行政中心，因而具有最多的歷史文化資產與古蹟，並且是商店、餐廳、旅館最集中的地區，同時亦是政府行政機關與服務設施的中樞。馬公市區旅遊主題以澎湖的歷史人文資源為主，路線以具四百年歷史之國家一級古蹟的天后宮（媽祖宮）為中心，串連周邊之施公祠、萬軍井、中央老街、四眼井、臺廈郊、順承門古城牆、觀音亭遊憩區、第一賓館及法軍孤拔紀念碑等。而市區中正路、中山路、民生路、仁愛路等則有澎湖最密集的商店、餐廳及旅館。

澎南與湖西為澎湖本島旅遊的環南路線，本路線具有本島最優美的海岸沙灘風光，如蒔裡、山水、隘門及林投等地，金黃色的貝殼細沙與蔚藍的海洋，充分展現了海上公園的精華。而風櫃海蝕洞、菓葉、奎壁山等則為觀賞海岸生態與景觀的最佳地點。

白沙與西嶼旅遊線則為展現了本島的自然生態與歷史人文資源特色，如白沙的澎湖水族館展示了澎湖群島 200 公里半徑內的大部份海洋生物；赤崁村的海產及遊艇碼頭、通梁保安宮前的百年古榕、澎湖跨海大橋、西嶼東台及西台古堡、外垵漁村及牧野風光、二崁古厝群、小門地質館及鯨魚洞海蝕地形等。

##### （二）北海系統

北海旅遊系統包括北海及東海兩大路線及島嶼，主要資源特色為自然生態、海村風情和海域活動。

北海吉貝嶼擁有長達 10 公里的海岸線，西南端的「沙尾」有綿延約 1500 公尺的白色沙灘，係由珊瑚與貝殼碎片經由海水搬運堆積而成的沙灘地形，周圍海水廣闊無垠、碧藍涼淨，是游泳、潛水等各式水上活動的最佳地點。吉貝嶼南方的險礁嶼因沙灘和珊瑚礁淺平，是浮潛和水上活動的勝地。鐵占嶼為曲型的玄武岩方山地形，夏季許多海鳥棲息繁殖，是賞鳥與欣賞地質地形的絕

佳地點。鄰近的姑婆嶼可從事海菜採集及浮潛。澎湖轄境最北端的目斗嶼島上有建於清光緒 25 年（1899）、全亞東最高的銑鐵燈塔。

東海旅遊系統包括小白沙嶼、烏嶼、員貝、澎澎灘、雞善、錠鈎等島嶼，主要特色為離島風光和地形自然景觀。由於該區島嶼的玄武岩柱狀節理發達，又經過海水及海風的侵蝕，因而形成節理與形狀各異的自然特色景觀。在烏嶼西南側的沙洲—澎澎灘，不僅是燕鷗的棲息地，亦是水上活動的良好地點。

### （三）南海系統

南海旅遊系統包括：桶盤、虎井、貓嶼、望安及七美等島嶼，主要資源特色為自然地形景觀、動物生態、漁村風光及人文景觀等。

桶盤嶼為澎湖最標準的玄武岩方山地形，從海上遠望猶如桶盤倒扣在海上而得名。整座島嶼由玄武岩石柱群羅列環抱而成，巍峨高聳粗壯的柱狀節理分明。島嶼西南端的海蝕平台上有疑似火山熔岩出口的地形，外型猶如蓮花一般，由上方鳥瞰景觀特殊。虎井嶼亦以柱狀玄武岩地形為其特色，同時由於地形高突，具軍事上的優勢，島上設有軍事設施，且為日據時期日軍偷襲美國珍珠港時之南進指揮所。

望安島地形起伏南低北高，擁有沙岸與岩岸的海岸地形，島上中社村（古地名為花宅）保存古厝聚落群風貌。附近的貓嶼因為海鳥棲地，現已劃為國內第一座海鳥保護區。

七美為澎湖最南端的島嶼，島上流傳諸多悽美的傳說與景物，如七美人塚、望夫石、雙心石滬、牛姆坪等，均為旅客憑填幾許浪漫的吸引力。

## 二、澎湖觀光旅遊市場分析

澎湖目前每年入境的遊客將近六十萬人次，由於受天候影響，遊客分佈主要為每年四月至九月，佔全年遊客量 2/3，其中又以團體旅客佔八成以上。旅遊模式主要為參與旅行團的三天兩夜遊程為主，其中本島、北海及南海各有一天的遊程，住宿則以本島的馬公市區為主，因此有關旅客的食宿及觀光行程大部份係由旅行社安排，對當地觀光旅遊業者影響極大。

澎湖觀光旅遊市場具有以下幾特性，對相關產業的經營具有重大影響：

1. 入境旅客分佈不均，主要集中於四至九月份，佔全年遊客人數八成以上，對觀光產業經營者在產能與服務人力的安排上是一重大

的考驗。

2. 旅客多以團體旅遊的方式安排行程，且受限於當地交通運輸工具的特殊性，不易隨個人意願改變行程，因此對於旅客的消費與旅遊行為，受旅行社影響頗大。

## 4-2 觀光旅遊市場預測

### 一、國內市場潛力分析

隨著國民所得提高，休閒生活漸受重視，及交通部觀光局積極推展觀光新策略，營造台灣由「工業之島」變為「觀光之島」的策略，同時在八十七年起政府實施隔週休二日的制度及國民旅遊風氣漸盛下，旅遊活動型態也愈來愈多樣化。藉由國內及澎湖的觀光市場分析，了解未來旅遊環境發展趨勢，以提升澎湖觀光產業的競爭力。

#### (一)觀光市場概況

為瞭解國人旅遊動向、滿意度、消費情形及分析國人選擇在國內、外旅遊間之交互影響情形，並估算國人國內旅遊支出與出國旅行支出，作為未來規劃之參考。

##### 1. 國人國內旅遊重要指標

從交通部觀光局 95 年~96 年之統計，可以發現國人國內旅遊率增加 3.1 個百分點，但以旅遊次數而言，卻是增加 0.08 次，而對於平均到訪據點數、旅遊整體滿意度呈現持平的情況。

表 4-2-1 國人國內旅遊重要指標統計表

項目	96年	95年	96年與95年比較
國人國內旅遊率	90.7%	87.6%	增加3.1個百分點
平均每人旅遊次數	5.57次	5.49次	增加0.08次
國人國內旅遊總旅次	1億1,025萬旅次	1億754萬旅次	成長2.5%
平均到訪據點數	1.64個	1.66個	持平
平均停留天數	1.52天	1.67天	減少0.15天
假日旅遊比例	75.5%	74.5%	增加1個百分點
旅遊整體滿意度	96.3%	96.0%	持平
平均每人每日旅遊花費	新台幣 1,309 元 (美金39.79元)	新台幣 1,249 元 (美金38.34元)	新台幣：成長 4.8% (美金：成長3.8%)
平均每人每次旅遊花費	新台幣 1,989 元 (美金60.47元)	新台幣 2,086 元 (美金64.03元)	新台幣：負成長 4.7% (美金：負成長5.6%)
國人國內旅遊總花費	新台幣 2,193 元 (美金66.67元)	新台幣 2,243 元 (美金68.85元)	新台幣：負成長 2.2% (美金：負成長3.2%)

資料來源：交通部觀光局

## 2. 國內旅遊目的

以旅遊目的觀察，96 年民眾出遊大多以「觀光、休憩、度假」(占 78.3%)為目的，其中因「純觀光旅遊」(占 60.8%)目的出遊者最多，其次依序為「探訪親友」、「健身運動度假」、「宗教性旅行」、「生態旅遊」等，綜觀 96 年民眾主要因「觀光、休憩、度假」目的旅遊者較 95 年成長 2 個百分點。

表 4-2-2 國內旅遊目的統計表

項目		96 年	95 年
合計		100.0	100.0
觀光、休憩、度假	純觀光旅遊	60.8	60.6
	健身度假運動	7.2	7.0
	生態旅遊	2.7	2.9
	會議或學習型度假	0.8	0.6
	宗教旅行	6.8	5.2
	小計	<b>78.3</b>	<b>76.3</b>
商(公)務兼旅行		1.1	1.1
探訪親友		19.7	22.0
其他		0.9	0.6

資料來源：交通部觀光局

## 3. 國內旅遊住宿方式

據本調查顯示，96 年國內旅次以當日來回者(占 69.9%)最多，其次依序為住宿旅館(占 12.8%)、親友家(占 11.2%)及民宿(占 4.3%)，而選擇其他住宿方式的比例均低於 2%；與 95 年比較，「當日來回、未外宿」比例增加 9 個百分點，「住宿旅館、親友家、民宿」的比例均減少。

表 4-2-3 旅遊住宿方式(單位：%)

住宿方式	96 年	95 年
合計	100.0	100.0
當日來回、沒有在外過夜	69.9	60.9
旅館	12.8	16.8
親友家(含自家)	11.2	14.2
民宿	4.3	5.8
招待所或活動中心	1.0	1.2
露營	0.6	0.9
其他	0.1	0.1

資料來源：交通部觀光局

## 4. 國內旅遊選擇及喜愛旅遊地點

民眾選擇旅遊地點時的考慮因素，以「景觀優美」、「探訪

親友」及「交通便利」居前 3 項。而民眾喜歡的遊憩活動在各旅遊地區亦顯現其區域特色：北部地區遊客以喜歡「逛街、購物」及「品嚐當地美食、茗茶、喝咖啡」及「逛街購物」活動比例最高；中部地區遊客以喜歡「露營、登山、森林步道健行」活動比例最高；南部地區遊客以喜歡「觀賞海岸地質景觀、濕地生態、田園風光、溪流瀑布」活動比例最高；東部地區遊客則以喜歡「觀賞海岸地質景觀、濕地生態、田園風光、溪流瀑布」及「觀賞動、植物」活動比例最高。

表 4-2-4 選擇旅遊地點時的考慮因素(重要度)單位：%、重要度序位

考慮因素	96 年	95 年
景觀優美	16.9 (1)	17.4 (1)
探訪親友	14.8 (2)	17.6 (1)
交通便利	13.0 (3)	9.4 (4)
距離遠近、假期長短	11.9 (4)	11.9 (3)
有主題活動、遊樂設施	7.6 (5)	9.5 (4)
沒去過、好奇	7.3 (5)	7.5 (6)
親朋好友推薦	7.1 (5)	7.5 (6)
購物、逛街看電影	5.9 (8)	4.6 (10)
宗教活動	5.7 (8)	5.2 (9)
學校、公司的團體決定	4.9 (10)	6.0 (8)
參觀展覽、觀賞文化古蹟	2.4 (11)	2.3 (11)
配合同行兒童的喜好	1.5 (12)	— —
配合國民旅遊卡措施	0.2 (13)	0.2 (12)
保健醫療	0.1 (13)	0.0 (13)

資料來源：交通部觀光局

表 4-2-5 96 年至各地區旅遊時喜歡的遊憩活動 單位：行%

遊憩活動	旅遊地區				全體
	北部地區	中部地區	南部地區	東部地區	
<b>自然賞景活動</b>	<b>45.7</b>	<b>44.5</b>	<b>45.3</b>	<b>72.0</b>	<b>45.1</b>
觀賞海岸地質景觀、濕地生態、田園風光、溪流瀑布等	23.7	18.8	24.9	50.0	22.9
露營、登山、森林步道健行	14.3	19.2	14.0	18.5	15.5
觀賞動、植物(如賞花、鳥、鯨、螢火蟲等)	16.5	17.4	15.6	25.5	16.4
觀賞日出、雪景、星象等自然景觀	3.5	5.9	7.0	9.8	5.3
其他	—	—	—	—	—
<b>文化體驗活動</b>	<b>23.6</b>	<b>29.5</b>	<b>27.1</b>	<b>20.3</b>	<b>25.3</b>
觀賞文化古蹟	5.4	5.8	7.6	4.5	5.6
節慶活動及表演節目欣賞	4.6	6.1	7.7	6.1	6.2
參觀展覽(如博物館、美術館、博覽會、旅展等)	7.3	7.2	6.1	4.7	6.3
傳統技藝學習(如竹藝、陶藝、編織等)	1.1	1.8	0.7	0.4	1.1
原住民文化體驗	0.1	1.4	0.7	2.7	0.7

遊憩活動	旅遊地區	北部地區	中部地區	南部地區	東部地區	全體
宗教活動		7.5	10.2	7.3	4.4	7.8
農村生活體驗		1.1	2.9	2.1	4.1	1.9
鐵道懷舊		0.4	1.9	0.7	0.1	0.9
其他		—	—	—	—	—
<b>運動型活動</b>		<b>4.3</b>	<b>1.8</b>	<b>6.4</b>	<b>4.6</b>	<b>4.2</b>
游泳、潛水、衝浪、滑水、水上摩托車		1.6	0.6	3.9	2.9	2.1
泛舟、划船		0.2	0.1	0.2	1.6	0.2
乘坐遊艇、渡輪		2.2	0.9	3.0	1.5	2.0
釣魚		0.4	0.1	0.4	0.2	0.3
飛行傘		—	—	0.0	0.1	0.0
業餘球類運動(如高爾夫、網球、籃球、羽球等)		0.3	0.1	0.1	0.3	0.2
攀岩		0.0	0.1	0.0	—	0.0
溯溪		0.1	0.1	0.1	0.4	0.1
滑草		0.1	0.0	0.1	0.1	0.1
觀賞球賽		—	—	0.0	—	0.0
其他		0.0	0.0	0.0	—	0.0
<b>遊樂園活動</b>		<b>2.9</b>	<b>4.5</b>	<b>1.9</b>	<b>2.1</b>	<b>2.8</b>
機械遊樂活動(如碰碰車、雲霄飛車、滑水道等)		2.7	4.4	1.5	2.4	2.6
一般遊樂園活動(非機械遊樂活動)		0.8	1.6	0.9	0.6	1.0
其他		—	—	—	—	—
<b>其他休閒活動</b>		<b>41.4</b>	<b>26.9</b>	<b>30.8</b>	<b>27.9</b>	<b>32.9</b>
駕車兜風(汽車、機車、協力車、單車)		2.2	3.6	4.0	6.8	3.5
泡溫泉、做spa		5.6	3.8	2.9	16.0	4.6
品嚐當地美食、茗茶、喝咖啡		28.5	17.7	21.8	14.2	21.8
觀光果(茶)園參觀活動		0.5	2.2	0.4	0.9	0.9
逛街、購物		23.6	11.7	15.2	5.3	16.4
其他		2.1	1.0	1.4	0.5	1.6
都不喜歡、沒有特別的感覺		<b>2.3</b>	<b>2.5</b>	<b>3.2</b>	<b>2.1</b>	<b>2.6</b>
純粹探訪親友，沒有安排活動		<b>13.1</b>	<b>18.0</b>	<b>15.1</b>	<b>6.7</b>	<b>16.1</b>

#### 5. 國內旅遊據點分析

96年出遊旅次中，以到北部地區旅遊者最多，其次是南部地區。就到訪據點排名，則以淡水的到訪比例(6%)最高。國家公園以「墾丁國家公園」到訪比例(5%)最高；國家風景區以「參山國家風景區」到訪比例(3%)最高；套裝旅遊路線以「北部海岸旅遊線」到訪比例(8%)最高。

表 4-2-6 旅遊地區遊客分佈

旅遊地區	百分比
北部地區	40.0
中部地區	30.9
南部地區	35.4
東部地區	6.3
金馬地區	0.3

註: 1.旅遊地區為複選

2.北部地區：臺北市、基隆市、臺北縣、宜蘭縣、桃園縣、新竹縣、新竹市。

中部地區：苗栗縣、臺中縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣。

南部地區：嘉義縣、嘉義市、臺南縣、臺南市、高雄縣、高雄市、屏東縣、澎湖縣。

東部地區：臺東縣、花蓮縣。

金馬地區：金門縣、連江縣。

表 4-2-7 96 年國內旅遊前十大到訪據點(單位：%)

據點名稱	淡水	愛河	夢時代百貨公司	旗津海岸公園	台北 101 大樓	礁溪	日月潭	安平古堡	八里渡船頭	清境農場
到訪比例	5.53	2.80	2.56	2.49	2.41	2.11	1.94	1.80	1.80	1.74

註：據點的到訪比例 = 有去過 據點(有具體名稱的單一據點)之旅遊人次 / 總旅次

資料來源：交通部觀光局

表 4-2-8 96 年國家公園、國家風景區到訪比例(單位：%)

國家公園	到訪比例	國家風景區	到訪比例	國家風景區	到訪比例
墾丁國家公園	5.46	參山	3.19	東北角海岸	1.36
陽明山國家公園	2.67	日月潭	2.30	西 雅	1.20
太 國家公園	1.73	東部海岸	2.14	林	1.07
雪 國家公園	0.77	雲嘉南濱海	1.67	澎湖	0.48
金門國家公園	0.37	花東	1.62	大 灣	0.32
玉山國家公園	0.15	里山	1.60	馬祖	0.05
		北海岸及觀音山	1.40		

註：到訪比例=有去過該國家公園或風景區其中一個據點者之旅次 / 總旅次

資料來源：交通部觀光局

表 4-2-9 96 年套裝旅遊路線到訪比例(單位：%)

套裝旅遊路線	到訪比例	套裝旅遊路線	到訪比例
北部海岸	7.49	桃竹苗	3.71
蘭陽北	5.90	高屏山	2.23
山	4.49	里山	1.53
春半島	3.89	澎湖離島	0.48
雲嘉南濱海	3.88	金門離島	0.23
花東	3.84	馬祖離島	0.05

註：到訪比例=有去過該旅遊路線其中一個據點者之旅次 / 總旅次

## 二、澎湖觀光旅遊市場預測

### (一)澎湖縣觀光遊客人數預估

根據中華民國戶外遊憩學會所進行「澎湖國家風景區遊客調查暨旅遊人次推估模式建立規劃」報告(2003年8月)，以時間序列簡單迴歸模式建立預測方程式，經由民國71至92年之資料進行估校後，以馬公機場入境旅客人數中，遊客所佔比例推估未來預測目標年旅客人數，如表4-2-10所示。

表 4-2-10 澎湖風景區外來旅客預測人次表

預測年度	第一季遊客人數	第二季遊客人數	第三季遊客人數	第四季遊客人數	預估入境遊客人數
92	28,240	251,774	225,032	49,767	554,813
93	28,543	254,474	227,445	50,300	560,762
94	28,832	257,054	229,751	50,810	566,447
95	29,109	259,524	231,959	51,299	571,890
96	29,375	261,893	234,076	51,767	577,110
97	29,630	264,169	236,110	52,217	582,126
98	29,876	266,359	238,068	52,650	586,953
99	30,113	268,470	239,954	53,067	591,604
100	30,341	270,506	241,775	53,469	596,091
101	30,562	272,474	243,533	53,858	600,427

資料來源：「澎湖國家風景區遊客調查暨旅遊人次推估模式建立規劃」(2003年8月)，P118。

本項遊客預測的基本假設是建立在預測年期內澎湖地區旅遊市場發展的影響因素與過去並無太大的變化，亦即未考慮開放大陸觀光客或設置博愛特區之類重大因素對澎湖觀光市場的所帶動的效益。因此，由至民國92年至101年澎湖地區入境的觀光旅遊年旅客數將從55萬人成長到60萬人次，成長幅度約僅及10%左右，屬發展穩定之觀光地區型態。

在入境旅遊人數季節分佈上，受澎湖當地氣候條件、交通運輸載量及國人生活習性等因素的影響，入境旅遊人數集中在第二、第三季較多，約當在四~九月份之間，旅遊人數超過全年80%以上，是澎湖觀光旅遊市場的旺季。

依據澎管處92年至96年實際觀光人次統計數據所示，觀光人次自95年較94年入境遊客人數減少6%，96年較95年入境遊客人數減少2%，92年~96年澎湖入境遊客人數詳見下表：



表 4-2-11 92 年～96 年澎湖入境遊客人次表

年度	第一季 遊客人 次	第二季 遊客人 次	第三季 遊客人 次	第四 季遊 客人 次	入境遊 客人次
92	39,762	95,200	187,132	36,910	359,004
93	26,565	212,733	228,484	49,492	517,274
94	24,226	149,691	236,725	49,143	533,366
95	24,637	203,669	223,624	49,267	501,197
96	22,819	198,034	223,764	44,054	488,671

資料來源：交通部觀光局澎湖國家風景管理處

## (二)觀光旅遊人數分佈

另外，該 告亦依據往年澎湖各觀光景點遊客到訪率資料，推估民國 100 年各景點遊客人次，其中馬公市區各據點民國 100 年遊客人次預估如下表所示。在澎管處所轄之「澎湖遊客中心」及「澎湖觀光產業推廣中心」兩處景點，民國 100 年預估的遊客人次分別為 141,631 及 57,309 人次，與馬公市最熱門的觀光景點—天后宮及觀音亭的年遊客人次仍有一段差距。

表 4-2-12 澎湖馬公市區觀光景點民國 100 年遊客人次預測表

遊憩據點	年遊客人次
天后宮	422,544
觀音亭	361,760
順承門	128,476
孔廟	26,251
文化中心	87,253
澎湖遊客中心	141,631
澎湖觀光產業推廣中心	57,309

資料來源：「澎湖國家風景區遊客調查暨旅遊人次推估模式建立規劃」 告（2003 年 8 月），P124。

## 三、澎湖觀光市場未來發展分析

### (一)近期發展

澎湖地區的觀光旅遊活動受限於交通運輸與天候因素的限制，在外在環境無重大變動的情形下，短期內旅遊市場不易有太大變化的可能性。通常隨著國民所得的提升、對休閒旅遊的重視及當地各項觀光旅遊服務設施建設提升的促進之下，旅遊市場會呈現緩 的成長趨勢；但若面對國內新興旅遊市場出現及其他觀光區之競爭，亦可能使當地旅遊市場呈現小幅度的下滑。因此，

就目前情況 斷，澎湖觀光旅遊市場在短期內應不會有太大的變動。

## (二)澎湖未來觀光發展趨勢

影響澎湖觀光發展最大的變數在於中央政府是 開放大陸觀光客來台及設置博奕特區兩大政策。由於澎湖位於台灣與大陸之間，對大陸觀光客而言，可能順道在來台之前或之後參訪澎湖，為當地增加觀光人潮；而離島建設條例中對博奕特區的開放更被視為創造澎湖另一波觀光熱潮的重大影響因素。惟上述兩大政策是 能順利開放，仍視多項變動因素而定，目前難以掌 可能發生之時機。

## 4-3 澎湖觀光產業推廣中心市場可性評估

### 一、本基地觀光旅遊對象分析

根據目前經營業者所述，「澎湖觀光產業推廣中心」參訪人數隨觀光季節的不同，每月約在 3,000 至 5,000 人之間，即每年到訪人數約在 5~6 萬人次之間。由於目前經營業者並未與旅行社結 合，因此大部份參訪旅客是隨團至旅客服務中心觀賞旅遊資訊後，順道至「澎湖觀光產業推廣中心」參觀地方特產，在受限於隨團行程均已排定的情形下，團客的停留時間短暫，消費量不足。另有少部份為自由行旅客或由當地居民 伴而來的旅客，停留時間較為 性。

根據對旅行社業者訪 談得知，在安排澎湖旅客的參訪行程上，「澎湖遊客中心」通常為第一站，其目的在於讓旅客到訪時立即對澎湖的觀光資源與特色有 一步的瞭解。由於是抵達澎湖觀光行程的第一站，因此對於具有販售性質的「澎湖觀光產業推廣中心」並不適合作為參訪的目的地，因此團體行程上並不會特別推薦觀光客到「澎湖觀光產業推廣中心」參訪及採購。

另外，有時由於在航空班機座位安排上，同一團體必須分乘前後兩班飛機抵達，旅行社業者 安排「澎湖遊客中心」的參訪行程，兼為分批抵達團體的等候時間，因此團 體旅客在「澎湖遊客中心」停留時間往往僅有 30 分鐘左右，對於觀光特產中心的經營助益並不具有太大的效益性。

### 二、觀光產業市場可行性分析與評估

#### (一) 市場競爭性分析

澎湖的觀光相關產業除地方美食（新鮮農、漁產品）、住宿

(旅館、民宿)之外，則以地方特產品為主，包括各式海產加工品、特產糕點及文石、紅珊瑚、海樹、珍珠等手工藝品等，皆為觀光客最喜愛的消費商品。據估計每年觀光客購 之地方特色商品總 過 50 億元，為一龐大商機之消費市場，因此亦吸引許多當地居民參與經營。

目前經營觀光特產的業者主要集中於馬公市中心商業區，其次在主要景點外圍、交通 運站週邊等地，亦分佈許多經營業者，多數為小規模的自營商店。由於地方特產經營業者均位於觀光客參訪景點及主要住宿區附近，在與消費者的接 機會上，較之於「澎湖觀光產業推廣中心」單獨設立於澎管處園區而言，更具有吸引觀光客參訪的機會。因此若經營普遍性的地方特產而言，觀光客在其觀光行程中或住宿區即可採購地方特產，「澎湖觀光產業推廣中心」並不具有明顯的區位競爭優勢。

其次，雖然「澎湖觀光產業推廣中心」鄰近「澎湖遊客中心」，每年有 10 餘萬觀光客到訪，但因旅行團觀光行程安排的限制，以及推廣中心目前經營內容的主題性不強，經營者在行銷策略上的保 性等因素，多數旅客並未進入「澎湖觀光產業推廣中心」，故亦未享有吸引旅客服務中心遊客順道參訪的利基。

因此，若以區位的競爭條件而言，「澎湖觀光產業推廣中心」必須能 造出獨特的觀光產業主題特色，成為觀光客參訪的目的行程，始能發揮鄰近旅客服務中心的區位優勢，在順道參訪的便利前題下，吸引團體旅客到訪「澎湖觀光產業推廣中心」，促成消費的商機。尤其若未來經營者利用本基地廣大的空間，引入具主題性的地方特色商品，創造獨具特色的觀光體驗型態，讓旅行團將「澎湖觀光產業推廣中心」設定為觀光行程中的目的點，結合「澎湖遊客中心」的資訊解說功能，則本基地亦能具有明顯的市場競爭力。

## (二) 市場潛力分析

依本計畫訪 相關業者所述，澎湖風景特定區觀光產業中，地方特色商品的市場規模每年有 過 50 億元的商機，是極具經營潛力的市場。尤其未來若能開放大陸觀光客來台，或開放博奕產業的經營，將更加擴大市場經營的潛力。

其次，以「澎湖觀光產業推廣中心」所在區位，目前每年已有 10 餘萬觀光客親臨「澎湖遊客中心」聽取澎湖的觀光旅遊資訊。而就澎湖本島的觀光行程安排上，本基地亦為往來澎南、漁 島及馬公市區、機場之間必經之地，在行程的安排上具有極大的便利性，是以在市場經營的潛力上實具有極佳的條件。

### (三) 市場可行性評估

在澎湖觀光旅遊市場上，在民國 101 年每年具有 過 60 萬人次的觀光客規模，在本島平均停留 2 至 3 日，對地方特色商品每年消費金 過 50 億元等有利因素下，本基地位處本島觀光旅遊行程必經之地，以及提供旅客觀光旅遊資訊的服務功能等條件下，以地方觀光產業為主題特色的推廣中心，在市場可行性方面應是具有經營條件及潛力的。

觀之目前「澎湖觀光產業推廣中心」的經營方式與型態為基礎，年到訪旅客僅達 5~6 萬人次，對照於未來澎湖年觀光客而言，若能營造具吸引觀光客參訪的主題或獨特的觀光體驗，則「澎湖觀光產業推廣中心」將能大幅度提升觀光人潮，市場可行性實具有樂觀的潛在趨勢。

本計畫依據「澎湖觀光產業推廣中心」目前經營模式加以修正，預估其未來將強化產業推廣之主題，同時採行 性而多元的行銷策略，包括與旅行社之策略 等方式，加強聚客能力。期估計至民國 107 年本案年觀光人次約為 124,106 人，相當於目前參訪年遊客人次的一 成長。

### 三、觀光產業推廣中心市場經營的策略

「澎湖觀光產業推廣中心」雖具有鄰近「澎湖遊客中心」的地理優勢，每年可經由觀光資訊解說服務帶來 10 餘萬人次的觀光人潮來訪，但由於觀光團體行程由旅行社安排，非觀光客可自由選擇的限制，未來經營者勢必加強與旅行社業者的策略 經營， 可能讓觀光客在本區增加停留時間，促成觀光客消費的潛在機會。

其次，「澎湖觀光產業推廣中心」的經營內容必須強化其觀光活動的內涵與主題性，讓觀光客參訪具有觀光體驗的性質， 能讓旅行社業者納入參訪行程具備正當性。因此，對於未來「澎湖觀光產業推廣中心」經營策略上，應朝向下列方向強化：

#### (一) 推廣中心內部空間質感的提升與管理

「澎湖觀光產業推廣中心」入口門廳與內部空間主題性與趣味性的提升，尤其必須具有觀光產業特色的展示與解說功能，能讓觀光客到訪管理處園區時，立即感受到「澎湖觀光產業推廣中心」鮮明的意象，產生入內參訪的好奇心與 望，增加順道參訪的意願與機會。

#### (二) 強化觀光產業推廣的主題性

本區為澎管處所設定的「澎湖觀光產業推廣中心」，因此在

經營內容上亦應強化觀光產業的主題性，以符合產業推廣的目的，因此不論是商品的組合、包裝陳列、行銷模式、空間利用等方面，都應能與產業推廣的性質相呼應，既能形成吸引觀光客參訪的誘因，亦能淡化商業銷售的氣息，讓旅行社在安排團體行程時能呈現足夠的觀光正面效益，免旅行社業者因致質疑商業促銷行徑，不願納入參訪的行程中。

### (三) 行銷策略的多元發展

由於澎湖觀光客特性為旅行團體為主，因此未來經營者無可免必須與旅行社業者結，納入參訪行程或引觀光客參訪，始能藉由地理區位的既有條件，吸引到訪「澎湖遊客中心」的觀光客，為經營奠立基礎。另外，亦應加強行銷策略的整合與帶動作用、行銷主題的獨特性與多樣性。

## 四、觀光產業推廣中心潛在廠商

「澎湖觀光產業推廣中心」區位佳，交通便利，頗具市場競爭力，故針對市場上多家潛在廠商及不同產業經營者進行電或親自拜訪之訪後，多數被訪者對本案抱持樂觀態度及對本案之期許，且多所建議；惟不同產業之經營者，如：食品業、旅運業等建議內容則有所不同，對於各個產業潛在廠商所提出建議已納入本案參採。

## 第五章 法令可行性評估

### 5-1 相關法令分析

政策及法令係計畫研擬之指導依據，且及計畫之可行性與，因此，公共建設在「民間最大參與」原則下，其所需用地經調整或適度放寬土地管制之土地，得提供民間機構從事開發，作為公共建設附屬事業使用，使外部效益得以內部化，增加公共建設之財務營收以提高財務自能力。

為瞭解本計畫所及之促進民間參與公共建設法案(以下簡稱促參法)等相關法令，研析法令，以下茲就土地開發方式、申請流程與促參法詳予分析，作為未來研擬實質計畫之參考。

#### 一、促進民間參與公共建設計畫法之立法精神與法源依據

促進民間參與公共建設計畫(通常都以 BOT 代表，所 BOT 為「Build-Operate-Transfer」的縮)，是指由民間先行出興建工程，政府不事先支費用，而民間先行出資之代價，是取得相關工程的優先經營，而由民間自行承營運上的風險，待經營一段時間後，再將該工程的資產及經營移政府。而於民間經營期間，政府得享有利金，於經營期滿後，民間再將該項資產所有及使用移予政府。

過去為民間參與交通建設，政府在民國 91 年 6 月 19 日修正公布「民間參與交通建設條例」(以下稱「參條例」)，以作為國推動民間參與公共建設法源的依據。後來政府為求落實民間參與公共建設的理念及擴大民間參與公共建設的範圍，又在民國 90 年 10 月 31 日修正公布「促進民間參與公共建設法」(以下稱「促參法」)，以為日後促進民間參與公共建設計畫工程之適用法源。

參條例與促參法最重要的差異主要是適用對象的不同，參條例適用的對象主要為交通建設；而促參法則適用於所有公共建設。而依工程會之見解可知，參條例將於促參法相關子法定發布後及早，不再適用，惟並不會影響原適用參條例之工程(如：台南地下街 BOT 案)，但如促參法的規定較有利於民間機構時，得適用促參法的規定。

以下就政府與民間參與公共投資之立場 納如下：

(一) 政府立場：

1. 引進民間之效率與活力
2. 望民間分 投資，分 風險，共享利 ，增加投資回收。

(二) 民間立場：

1. 社會責
2. 營利

## 二、促進民間參與公共建設開發方式

民間參與公共建設計畫的執行程序主要分為前置作業、公告、備標、甄審、議約與 約等程序。所 前置作業程序，包括可行性研究、先期規劃及必要之前置作業。政府在前置程序完備後，則應將興建、營運規劃內容、投資者資格條件、有無 資協助加以公告。於政府公告後，民間機構得依公告要求準備相關營運計劃等資料，依期向主辦機關提出申請。主辦機關應設立甄審委員會加以評選參與甄選的廠商，受甄選的民間機構家數並無如同政府採購法家數的限制，是以擇優評決方式加以評定，惟其過程應加以公開。經主管機關評定為最優申請案件者，應自接獲通知之日， 評定規定時間籌辦，並與主管機關完成興建、營運之 約手續。

## 三、促進民間參與公共建設計畫與傳統政府工程之差異

促進民間參與公共建設計畫與傳統政府工程兩者立法考量點並不相同，雖然兩者都共同 到國家公共建設之公共利益，但促進民間參與公共建設主要在於 民間參與，所以必須有一定之誘因來吸引民間投資，因此必須亦兼顧到民間業者所 求之私益，故原則上政府採購法的規定並不會適用在促進民間參與公共建設計畫上。

促進民間參與公共建設計畫與傳統政府工程的主要差異之一是在選商程序方面。傳統政府工程投標應 密為之，不得在開標前底價及 標、投標廠商名稱與家數；而促進民間參與公共建設計畫則無所 密 題，因其是本於政府公告內容，由民間機構就投資條件自行評估是 參與競選，政府則以申請人提出的投資計劃與營運計劃，做出最優的評估，並無參與競選廠商最低家數的限制。故促進民間參與公共建設計畫除可解決政府興建公共建設財源 難外，亦是藉由政府的 使民間興建的公共建設能夠健全而持續地運作，與政府

採購法規範的傳統政府工程之精神實不相同。

#### 四、促進民間參與公共建設計畫法之申請流程

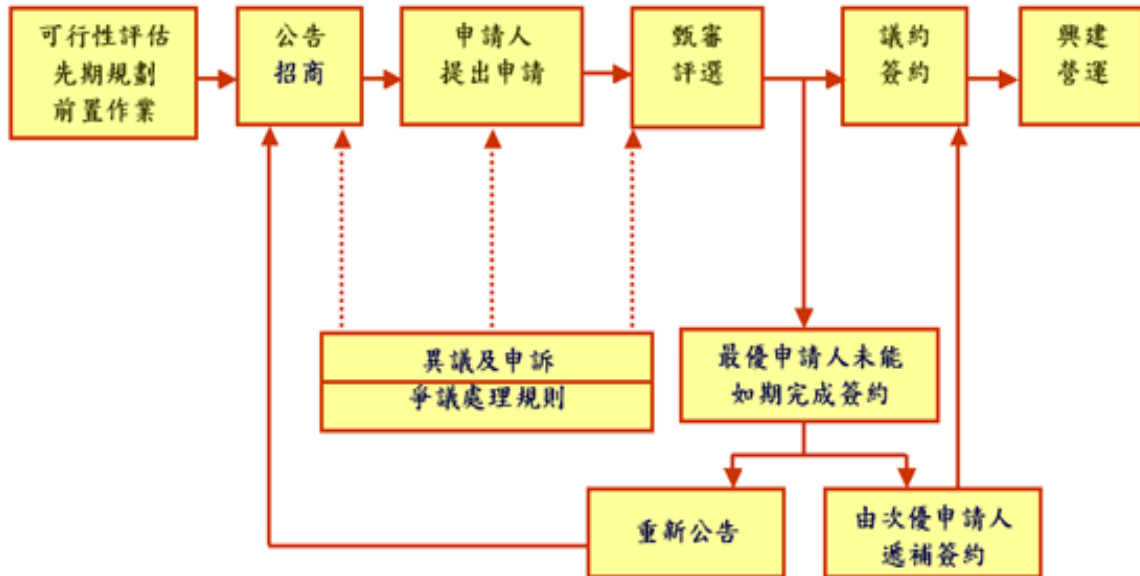


圖 5-1-1 促進民間參與公共建設計畫法之申請流程

資料來源：行政院公共工程委員會

#### 五、民間參與基本模式綜合考量

公共建設計畫常須應用多種民間參與模式組合：

1. 促進民間參與公共建設所需資金龐大，及專業技術領域甚廣，且多數計畫案須經由政府以行政協助(如用地取得、外交通改善配合等)得以推行。
2. 特別是未具完全自能力之開發建設在興建財源籌措上，將區分為自部分(由民間負責籌措財源)，與非自部分(由政府負責籌措財源)，因財源籌措主體的不同，民間參與模式運用方式亦不相同。
3. 從工程切的觀點，亦有可能有一些工程項目適合政府或民間機構負責辦理的情形(如用地取得適合由政府辦理，營運相關資產適合由民間機構負責)，故在財務與工程分上亦可能採長補短之整體配套方式。
4. 辦理民間參與公共建設計畫可能由不同參與型式組合，但須意種方式為辦理之主軸(即主要法令依據)。同時，關切者為



配合事項，據以推動促進民間參與公共建設作業。

以下 納民間參與公共建設之 題：

1. 新建階段風險太大
  - (1)將財務風險與技術風險分開。
  - (2)不可 力風險，由雙方分 。
2. 結論：民間可參與之四大項目及內容：
  - (1)規畫：資源分配，基本功能
  - (2)投資：新建財源籌措
  - (3)新建：責 細部設計，施工詳圖及責 新建
  - (4)營運：責 經營及保養，資產重置

表 5-1-1 相關法令整理表

名稱	內容
促進民間參與公共建設法 (民國 90 年 10 月 31 日修正)	<p>「促進民間參與公共建設法」(以下簡稱促參法)於 89 年 2 月 9 日公布實施， 持積極創新之精神，從興利的角度建立政府、民間之 伴關係，其立法特色包括：</p> <p>通案立法方式：一體適用各種產業、部門及建設計劃，並保持條文的 性，擴大政府承辦人員行政 。</p> <p>私法 約概念：採民事 約原則，政府與民間有關利義務關係，以 政府與民間平等合作之 伴理念，營造「雙 」之投資條件。</p> <p>民間最大的參與：採「促進」之意，不僅民間可參與之公共建設範圍廣泛、參與方式多樣化，另開放民間自行規劃申請參與公共建設，提供民間發 商機、發揮創意之投資機會。</p> <p>政府最大的審 ：為求周延，政府規劃之民間參與公共建設計畫，辦理可行性評估及先期規劃，以民間參與的角度，審 評估民間投資之可行性；結合商業誘因，研擬先期計劃 。</p>
促進民間參與公共建設法施行細則 (民國 97 年 1 月 21 日修正)	本細則依促進民間參與公共建設法(以下簡稱本法)第五十六條規定 定之。
<b>子法</b>	
促參法第 03 條	定 促進民間參與公共建設法之重大公共建設範圍
促參法第 15 條	定 促進民間參與公共建設公有土地出租及地上 租金優 辦法
促參法第 17 條	定 重大公共建設所需用地之開發、處理及被 收土

		所有 人 回土、建築物之折算基準辦法
促參法第 18 條	定	民間參與公共建設使用土地上空或地下處理及審辦法
促參法第 19 條	定	民間參與公共建設區段 收取得土地處理辦法
促參法第 22 條	定	民間參與重大公共建設毗鄰地區 建限建辦法
促參法第 27 條	定	民間參與公共建設附屬事業使用容許之項目
促參法第 36 條	定	民間機構參與重大公共建設適用免納營利事業所得稅辦法
促參法第 37 條	定	民間機構參與重大公共建設適用投資抵減辦法
促參法第 38 條	定	民間參與重大公共建設進口貨物免 及分期 納關稅辦法
促參法第 39 條	定	民間機構參與重大公共建設減免地價稅房屋稅及稅辦法
促參法第 40 條	定	民間機構參與重大公共建設營利事業股東適用投資抵減辦法
促參法第 44 條	定	民間參與公共建設甄審委員會組織及評審辦法
促參法第 46 條	定	辦機關審 民間自行規劃申請參與公共建設案 意事項
促參法第 47 條	定	民間參與公共建設申請及審 程序爭議處理規則
促參法第 53 條	定	民間參與公共建設接管營運辦法
促參法第 56 條	定	促進民間參與公共建設法行細則
<b>協調及列管措施</b>		
行政院促進民間參與公共建設推動委員會設置要點		
促進民間參與公共建設案件列管及考 作業要點		
促進民間參與公共建設案件列管及考 作業要點附表		
民間參與公共建設案件工程查 導現場紀錄表		
民間參與公共建設案件工程查 導紀錄表		
<b>方案</b>		
機關辦理促進民間參與公共建設案件前置作業費用補助作業要點		
擴大 地方政府辦理促進民間參與公共建設案件 作業要點		
<b>資相關規定</b>		
中長期資金運用作業須知		
中長期資金運用作業須知流程圖		
中長期資金運用作業須知須知附件		
促進民間參與公共建設優 要點		
<b>其他</b>		
民法		
區域計畫法		
土地法		

國有財產法
預算法
政府採購法
公司法
民營公用事業 條例
地方政府公產管理法令
土地稅減免規則第七條修正條文
民間參與公共建設甄審委員會專家學者建議名單資料庫除名原則
民間參與公共建設甄審委員會委員須知
民間參與公共建設甄審委員會專家學者資格
發展觀光條例
離島建設條例
建築技術規則
澎湖發展計畫

資料來源：本計畫整理

促進民間參與公共建設計畫之推動執行， 層面極廣，就以本計畫開發之觀光休閒商業區的開發而言， 應與都市計畫、交通、建築、土地、財務等專業有關，法治社會一切依法行事，如法制完備者，一切順 ， 之動 得 、遍地荊棘，因此法 架構必得完備妥切。

## 六、有關建築使用執照之使用用 變更

有關建築使用執照中使用用 之變更，其法令依據為建築技術規則，需由經營者委由建築 辦理使用執照變更，由建築 將定案之建築設計圖及原有使用執照，併同經營者之營利事業登記 營業項目內容，送交澎湖縣政府申請使用執照變更審查及取得變更使用執照程序，建築 辦理時程約需 2 個月

## 5-2 民間參與開發經營評估

鑑於政府積極以民間參與開發方式，引進民間資金投資各項公共建設，本計畫「澎湖觀光產業推廣中心委託民間經營暨招商作業 圖規劃」案配合政府政策，針對民間參與公共建設計畫之投資招商與規劃，充分發揮地方特色。

對發展公有觀光休憩區而言，本計畫配合澎湖觀光發展需要，以及政府持續提升公有觀光休憩區內各項設施服務品質。但在政府財政稅收有限情況下，應朝向 民間參與經營，運用民間部門力量協助觀光遊憩區各項設施之經營 效。因此為增進民間參與公有觀光遊憩區經營之機會，在現行法令與環境風險等因素影響下， 有諸多限制與待突破之障礙，故應考量行政法令之突破、規劃觀念落差之協調、環境風險之降低，同時也須考慮民間參與開發之誘因設計與利基之擴大。

本計畫期依「促參法」進行民間投資經營可行性評估，於服務建議 階段就計畫區整體發展 步構想方案，依其未來發展、民間參與投相關事項建議如後：

### 一、公部門辦理民間投資之政策目標

隨經濟快 發展，人民生活水準提高，各項公共建設增加，在政府考量財政結構之改良，而針對龐大公共建設部份，參考國外發展模式並經多方考量後，擬以 民間參與方式來 代傳統政府編列預算方式支應，擬藉由民間經營管理效率以加 公共建設發展，減輕政府財政負 ，並藉由調整角色，著重 與管理。是以，本計畫之目標在於：

(一) 提昇「澎湖觀光產業推廣中心」經營效益及服務品質

(二) 以最小投資創造最大效益

### 二、促參法認定之民間投資項目

依促參法第三條規定，其所稱公共建設，係指交通建設及共同管道、環境 防治設施、 水下水道、自來水及水利設施、 生醫療設施、社會及 工 利設施、文教設施、觀光遊憩重大設施、電業設施及公用氣體 料設施、運動設施、公園綠地設施、重大工業、商業及科技設施、新市 開發及農業設施 13 類供公眾使用或促進公共利益之建設，並將一定規模以上之公共建設認定為重大公共建設，並提供

較一般公共建設更多之誘因。

本計畫依其性質，應符合觀光遊憩公共建設項目，其可享有之協助及優待內容如表 5-2-1 所示。

表 5-2-1 促參法之公共建設與重大公共建設差異說明表

類別	協助或優待內容	備註
公共建設	•分區變更	促參法 14，協助土地辦理個案變更
	•土地取得	促參法 16
	•土地租金優待	促進民間參與公共建設公有土地出租
	•協助投資	促參法 30
重大公共建設	•分區變更	促參法 14 協助土地辦理個案變更
	•土地取得	促參法 16
	•土地租金優待	促進民間參與公共建設公有土地出租
	•協助投資(增加信譽、合)	促參法 30、31、32
	•稅減免	•促參法 36、37、38、39、40 •金門減免地價稅房屋稅及稅自治條例 4、5、6、7

資料來源：本計畫整理

### 三、民間參與投資方式

#### (一) 促參法 定之民間投資參與方式

依據促參法第八條，其民間參與方式共計 6 種，其主要特性說明如后：

1. 由民間機構投資興建並為營運；營運期間 滿後，移 該建設之所有 予政府，即為 OT 模式。
2. 由民間機構投資新建完成後，政府無 取得所有 ，並委託該民間機構營運；營運期間 滿後，營運 還政府，即為 TO 模式。
3. 由民間機構投資新建完成後，政府一次或分期 建設經費以取得所有 ，並委託該民間機構營運；營運期間 滿後，營運 還政府，即為 T 模式。
4. 由政府委託民間機構，或由民間機構向政府租 現有設施，予以擴建、整建後並為營運；營運期間 滿後，營運 還政府，即為 OT 模式。
5. 由政府投資新建完成後，委託民間機構營運；營運期間 滿後，營運 還政府，即為 OT 模式。
6. 為配合國家政策，由民間機構投資新建，擁有所有 ，並自為營

運或委託第三人營運，即為 OO 模式。

7. 其他經主管機關 定之方式。

## (二) 投資經營模式探

在引入民間參與大型公共建設計畫的過程中，依據民間與政府在規劃、興建、營運計畫等各階段過程中所 演角色與 務之差異，可區分為 BOT、OT、BOO、BT、ROT 及 BTO 等不同方式，以下就各種民間參與公共建設投資開發之優劣點作一比較分析。

表 5-2-2 民間參與建設各階段之執行主體

參與方式	規劃單位	興建單位	營運單位	興建後之所有	期滿後之經營或所有
OT	政府	民間	民間可部分或全部參與	民間	政府
OT	政府	政府	民間	民間	政府
OO	民間業者	民間	民間	民間	民間
OT	民間業者	民間	民間	政府	政府
T	政府	民間	政府	政府	政府
TO	政府	民間	民間	政府	政府

資料來源：本計畫整理

## (三) 投資方式比較分析

綜觀上述五種民間投資方式中，就其民間參與的程度而言，以 BOT 方式最為優勢，對政府財務助益最大，相對於對開發者而言，最能掌 經營之空間與動線需求，目前國內引入民間參與重大公共建設之案例大部份均屬之；OT 方式的主要效益是引進民間經營能力以提高營運效率，對政府財務助益最小；ROT 方式對政府既有建築物可引入民間經營能力，提高使用效益，同時也可配合民間經營需要對現有建築進行局部之增改建；BOO 方式適用於土地 屬單純之小規模投資，對政府財務助益較小；BT 方式主要的效益是政府延 ，可減低政府短期財務壓力；委託興建營運主要於公共建設投資金 過大、民間無力自行籌資參與之情況下使用。

需 意的是，合理的投資 率為引入投資意願的重要因素。若計畫財務效益無法自 情況下，可以放寬附屬事業投資範圍之配套措施。依本案之性質及政府可能放寬之經營作為，應以 ROT 方式較最為適合民間經營之需求，及政府為營造觀光產業推廣中心的政策目標，故建議本案採 ROT 作業進行規劃，以引入民間經營者，政府部門則 演協助促成的角色功能。

表 5-2-3 民間參與公共建設方式優劣點比較

	優點	缺點
OT	運用民間資金支應建造成本，可減輕政府財政負擔。 可藉由民間高經營效率提升公共建設經營效。 建造及營運風險由民間承。	需妥適考量評審辦法及合約條件之研，所需作業時間較長。 政府提供足夠之優條件以吸引民間投資。
OT	可藉由民間高經營效率提昇公共建設經營效。	龐大之建造成本完全由政府支應，增加政府財政負擔。 政府仍必須編列預算發包施工，並負責工程品質之良。 主管機關必須解決興建及營運期之界面題。
OT	可藉由民間高經營效率提昇公共建設經營效。 可符合民間經營需求進行較大性的空間改造。	需妥適考量增改建對基地環境造成之影響。 政府提供足夠之優條件以吸引民間投資。
OO	完全由民間主導，減輕政府行政及財政負擔。 政府無須負擔風險。	民間規劃路線僅考量財務效益，至於區域發展等社會經濟效益則未能做整體考量。 較適合小規模之土地開發用地。
T	建造成本由民間先行支，政府於完工後將分期還，可減輕政府財政支出尖壓力。	龐大之建造成本仍由政府完全支應，對解財政壓力並無實質助益。 政府無須負擔營運風險。 在法層面上需考量許多題，必須修正相關法令後方能執行。 主管機關必須解決工程單位與營運單位間之界面題。 國內未有 T 民間參與之經驗。 若政府自行營運，則需運用大量人員； 若委託民間營運，則必須甄選營運公司，將增加政府作業。
TO	委託民間興建及營運，可利用民間企業技術及力量較為快完成計畫。 民間無須負擔公共建設主體龐大興建成本，較具投資意願。	政府仍須籌資辦理公共建設之興建，對解政府財源境較無助益。

資料來源：本計畫整理

#### 四、計畫區未來可推動方式探

##### (一) 經營內容投資主體

依據計畫區構想方案，未來投資內容及「澎湖觀光產業推廣中心」內部裝潢陳設之更新、服務設施之增設及建築外觀之美化等項目。其投資主體將以民間部門為主，政府除配合事項外，不需參與投資建設工作。

##### (二) 民間參與投資項目

本計畫未來開發項目，依據「促參法」其民間投資項目為「觀光遊憩公共設施」，投資範圍以設置觀光產業推廣有關之賣場、陳列空間、解說設施、體驗設施、餐飲設備及相關之服務性

設施為主。

### (三) 未來推動方式建議

本計畫區內土地及建物均為政府所有，且為 持澎管處園區之景觀，未來應不 許進行建築體結構之增改建，僅可在建築內部空間進行空間分隔或內部裝潢等小型工程項目。是以建議採 ROT 方式引入民間經營管理。



## 第六章 工程技術可行性評估

### 6-1 經營主體發展構想

#### 一、空間規劃原則

1. 透過計畫導向一為地方特色化觀光區的概念發展。
2. 整體規劃透過清晰的地方特色主題，規模足夠的民間投資，帶動、刺激民間參與觀光相關產業的發展，也同時提高觀光活動空間品質。
3. 結合政府及地方展覽相關活動，提昇現有地點的影響力。
4. 開發範圍應以非破壞原建物結構為主要考量。海洋生物、歷史、地質、文化與景觀成為縣級鄉土歷史教育的重要景點。
5. 教於樂，應是作為這一代學習生活的主流手法，在充滿生命力的自然教室中，豐富的親身體驗提供了最長 也最深刻的記

#### 二、整體構想

##### (一)強化觀光產業與地點感

延續「澎湖遊客中心」及「澎湖國家風景區管理處」辦公大樓所產生視覺上之機會，望旅客從遠方接近時就能夠感受到基地之連續感。

##### (二)結合 水 的 流形 戶外空間地景特色

利用「澎湖遊客中心」、「澎湖國家風景區管理處」辦公大樓及本基地建築物之間，以三合院式之涼亭水景創造不同之視點經驗，高低、遠近、時而隔、時而延續的空間經驗，增加了空間的層次及豐富性，讓遊客沿著緩坡緩緩的接近涼亭水景區，並坐在涼亭、木 上輕鬆地看著不同的人與活動之交集。

##### (三)地方環境特色之重現

合海洋生態與水岸空間，並效海岸環境，增設許多綠地、木、木 生的 樹林，於水岸邊形成水岸機能之一環。同時將澎湖鳥類生態之美、植物生態之美、建築地景之美、地質地形之美、海洋生物之美及 神工之 藝術之重，規劃於本基地建築物外部及內部範圍區域內，試圖重現過去至今 些仍然鮮明而記 猶新的景象，讓 觀光產業推廣 之活動也能帶起

地方的記 回味。

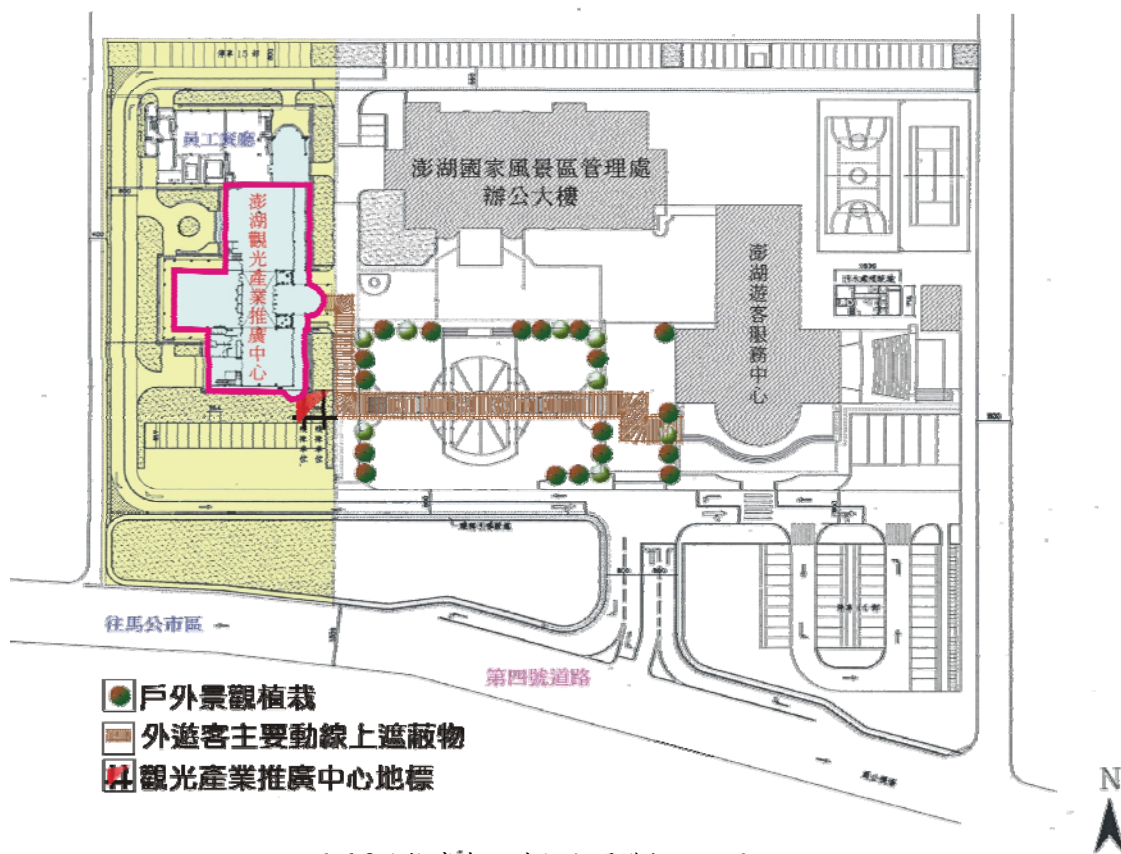
## 6-2 空間使用配置計畫

### 一、分區發展構想

#### (一) 造觀光產業推廣中心之外部構想

##### 1. 串 澎湖觀光遊客中心

為整合計劃範圍澎湖觀光產業推廣中心與周邊公共建設之整體空間感，及有效延 室內外活動，將增設遮陽廊道與戶外景觀植 於建築物外部中央廣場，做為動線連結與引導。外部構想詳圖 6-2-1、6-2-2 所示



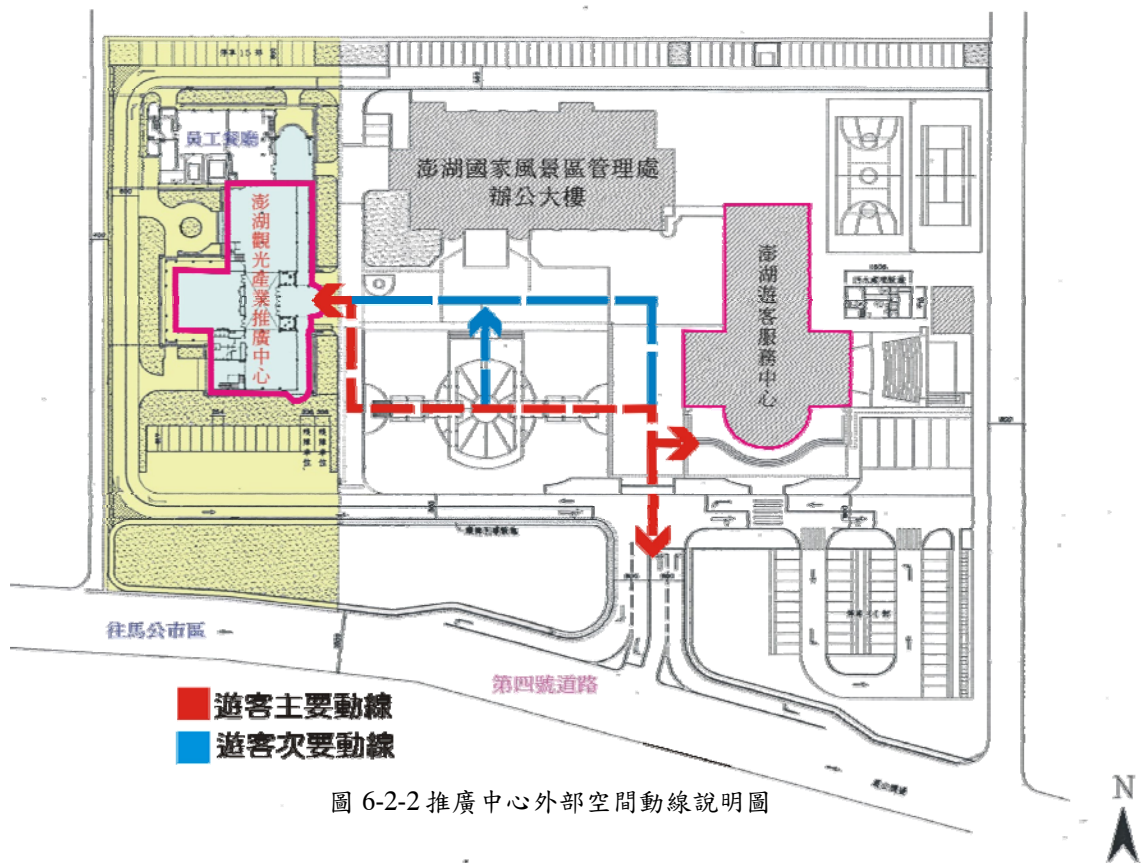


圖 6-2-2 推廣中心外部空間動線說明圖

## 2. 造觀光產業推廣中心之外觀主題感

透過整合觀光產業推廣中心之外部建物立面，加強外觀主題感，以達觀光產業與地方特色 合之目標，間接將澎湖提升為觀光人文魅力的城市。外部空間規劃構想說明如下

### (1) 建築物外觀之 造

建築物之東側及南側立面一方面為吸引遊客至「澎湖遊客中心」時之視線 點，另一方面為 強 之陽光照射，故於原有建築物之立面增設具有地方特色之遮蔽物，採用顏色鮮 、天然之 質，同時加強建築物外觀裝 物之夜間照明， 如一座夜間發光體，藉以 顯本基地所要表達之 觀光產業推廣 主題。

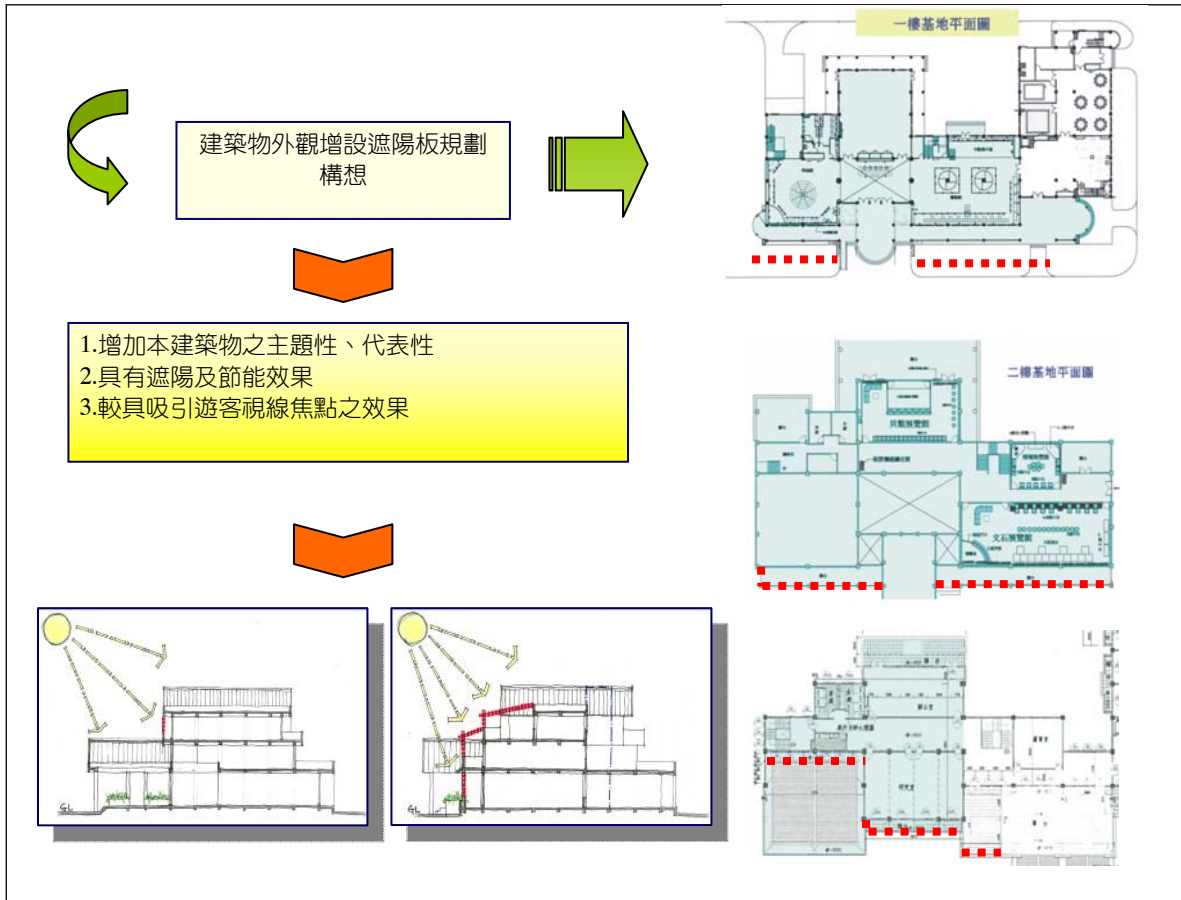


圖 6-2-3 現有建築物主要立面增設遮蔽物之位置示意圖



圖 6-2-4 現有建築物主要立面增設遮蔽物之位置示意圖

## (2) 夜間照明手法整合建物立面

加強建築物外觀之夜間照明設計，使建物形成夜間焦點，吸引遊客視線，以達吸引聚集之效益。



利用夜間照明使建築物形成發光體示意說明

圖 6-2-5 夜間照明構想示意圖

### (3) 戶外咖啡座及戶外餐用餐區之引進

建築物東側位於一樓大門入口之兩側迴廊處及二樓露台處，本計畫將增設戶外餐用餐區及咖啡座，將以休閒渡假之景象作為規劃構架，形一個體的空間意象，模擬出呼應水岸觀光渡假悠閒意感覺，讓入口意象也能有著澎湖在地精神意涵。



圖 6-2-6 一樓迴廊及二樓陽台戶外餐飲示意圖

#### (4) 增設代表性地標設計規劃

於推廣中心 角處增設代表性地標，具體而 展標示推廣中心之位置，提升推廣中心的自明性及象 性，以簡質設計手法吸引遊客目光。

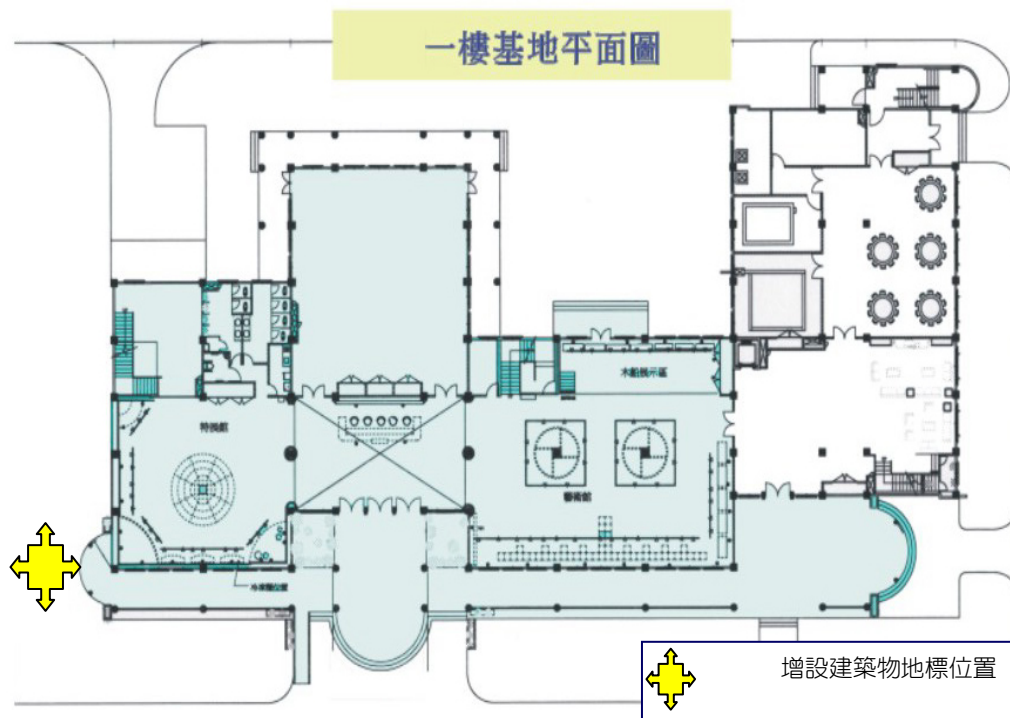


圖 6-2-7 增設建築物地標位置說明圖



圖 6-2-8 建築地標構想說明圖

#### (5) 新設南側出入口規劃設計

本案主要出入口位於建築物東側，位於建築物西側之出入口係為服務動線出入口，廠商進出貨及服務人員出入使用，且位置位於建築物之背面，亦造成來訪遊客出入口較不明顯及出入動線較長之 題，較不適宜考慮為來訪遊客出入門戶使用，故本案另規劃位於建築物南側之牆面開 一處次要出入口大門，新設出入口位置較明顯且距離停車場較近，來訪遊客造訪本建築物可及性較高。新設南側出入口位置詳圖 6-2-9 所示。

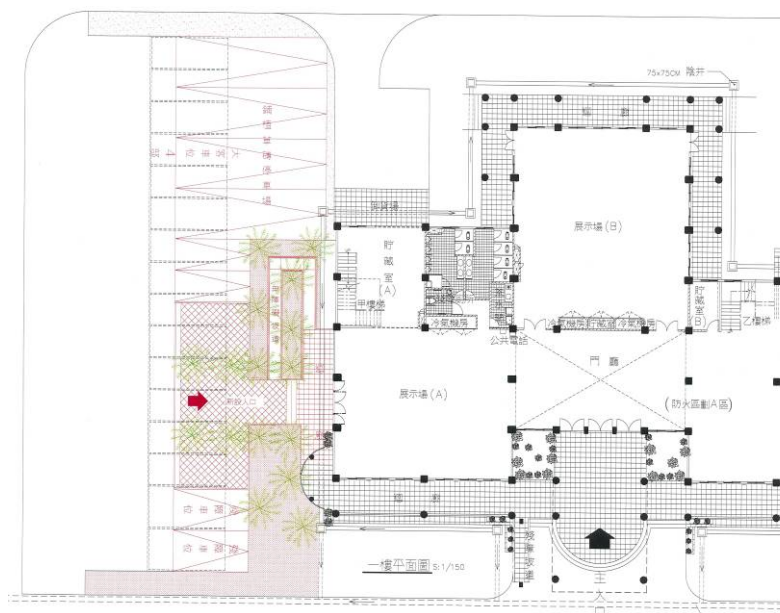


圖 6-2-9 新增南側出入口平面示意圖

## (二) 造「澎湖觀光產業推廣中心」之內部整體空間感

### 1. 一樓主題館

不同於一般之特產販賣中心型態，本規劃的是將隔牆拆除，保留一樓出入口大廳處之牆面原有裝，一樓空間形成一間大型有主題特色之地方特產商場，藉由入口處挑高二層樓高度之寬敞空間延至左右二側及後側之賣場空間，使大型賣場具有延性，遊客視線無隔性，故販售商品之展示櫃位於開放空間處之高度不可高於 150 公尺，僅於柱邊四周及壁面可將展示櫃作至天花板高度；利用中島開放型式櫃位及壁面櫃位所構築之空間型態，除可創造不同之賣場視野景觀外，其中間走道及活動空間也不會因店家之規劃而佔去過多之空間，更可以多樣化空間設計串連商場設施產生立體交之空間體驗，讓此處成為一較吸引遊客且多元化的地方主題特色商場設計。樓平面及面積詳圖 6-2-10 所示。

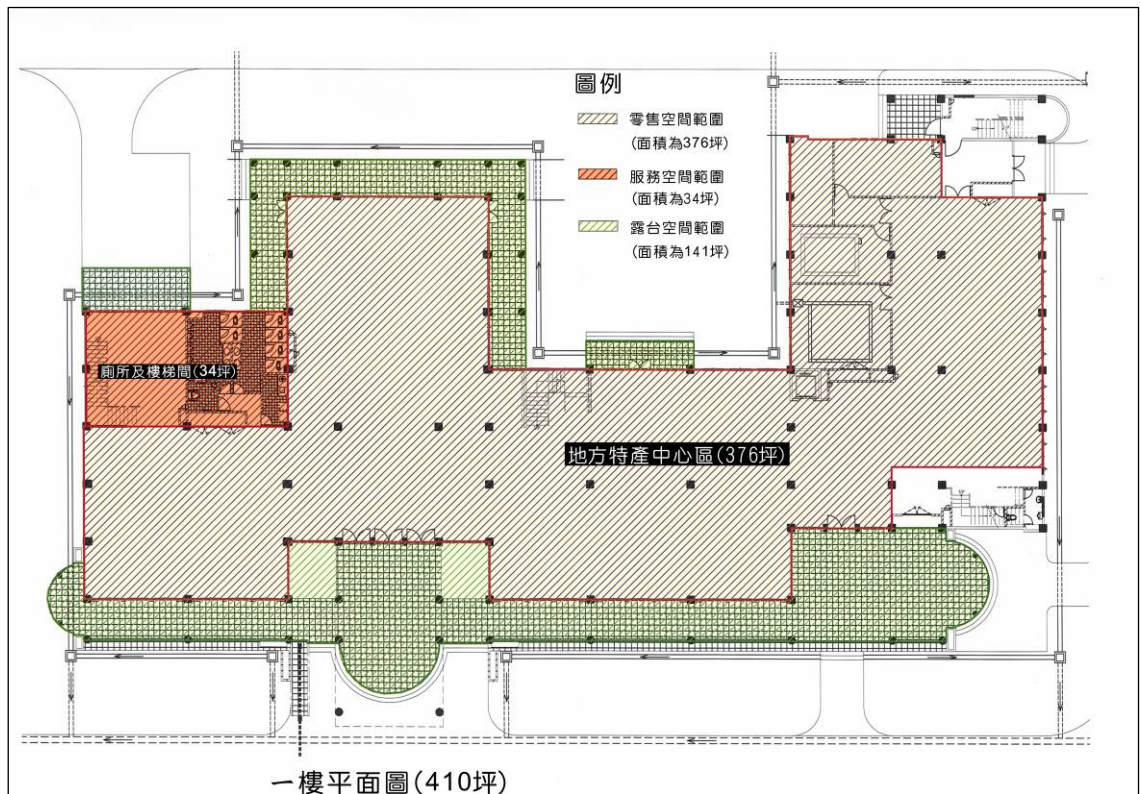


圖 6-2-10 一樓平面圖

樓原有隔牆易隔視線及遊客動線，故建議拆除部份隔間牆，以造寬敞、明亮、舒適具流動性之悠遊購物空間。拆除暨增設隔間牆位置詳圖 6-2-11 及圖 6-2-12 所示



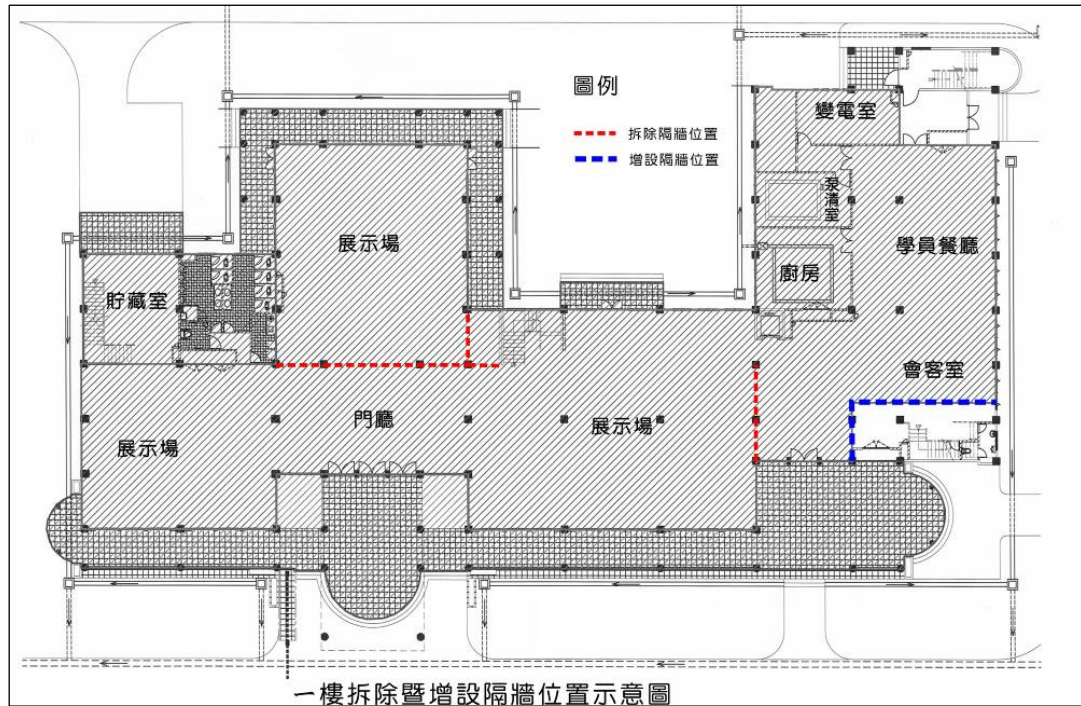


圖 6-2-11 一樓拆除暨增設隔牆位置示意圖



圖 6-2-12 澎湖觀光產業中心隔牆現況照片



圖 6-2-13 寬敞明亮的購物空間案例說明圖

一樓商場預計引進較具有地方特色之特產販賣店，如：黑糖糕、餅、花生酥、冬瓜糕、風如茶、手工線、貝小魚及各式海產乾貨等；小吃熟食店則販賣如：花、（台發音）及咖啡簡餐區等；最主要的是澎湖著名之貝殼及文石類之珠寶店；配著一些服及周邊商品等販賣店。樓平面配置及人行動線詳圖 6-2-14、6-2-15 所示

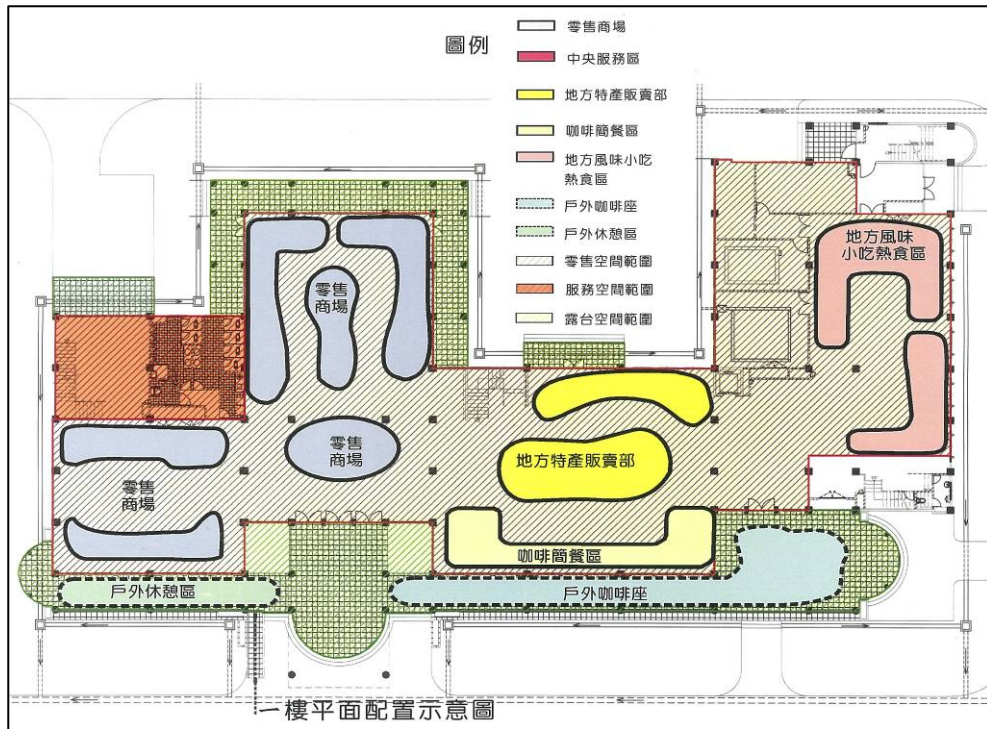


圖 6-2-14 一樓平面配置示意圖

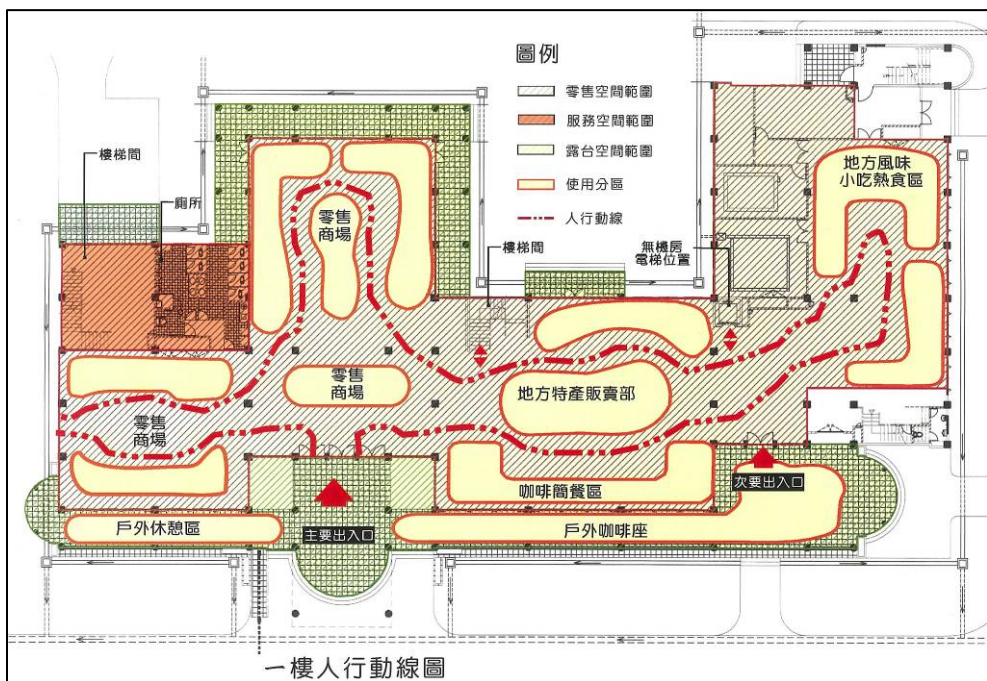


圖 6-2-15 人行動線圖

樓平面配置規劃構想說明如下

- (1)中央服務區：設置於大門出入口主題商場中央處，挑高二層樓高，設有行政管理中心、諮詢處、收銀處及遊客服務處等。

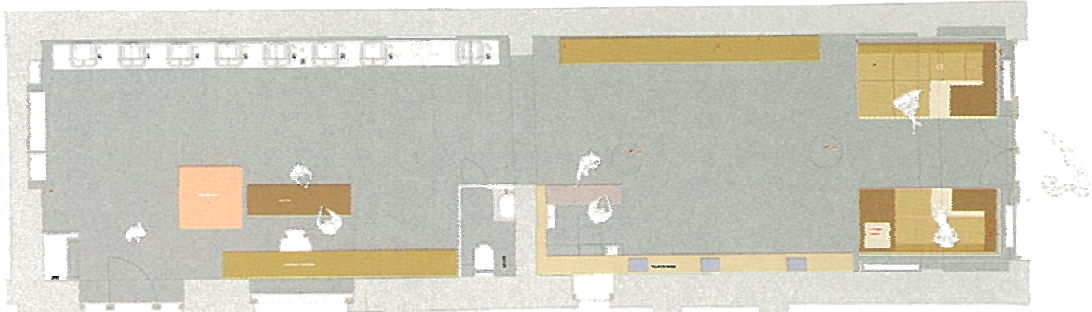


圖 6-2-16 中央服務區示意圖

- (2)零售商場區：設置於地方特產商場東南側。販售澎湖著名貝殼、文石類珠寶店、地方特色紀念品，並配著一些服及周邊商品等販賣店。



圖 6-2-17 零售商場區示意圖

- (3)地方特產販賣區：設置於地方特產商場中央。設有地方特色之

特產販賣店，如：黑糖糕、餅、花生酥、冬瓜糕、風如茶、手工線、貝小魚及各式海產乾貨等。



圖 6-2-18 地方特產販賣區小攤示意圖

- (4)地方風味小吃熟食區:設置於地方特產商場中央北側。設置有地方特色小吃，以供遊客品嚐當地美食，如:花、澎湖魚料理...等。
- (5)咖啡簡餐區:設置於地方特產商場中央東北側。為吸引遊客提供遊客複合式咖啡簡餐、精糕點及各式飲料。環境舒適、採光視野佳。
- (6)戶外咖啡座:為主要入口之北側戶外露台空間。以休閒渡假之景象作為規劃構架，形一個室內外的中入口意象。對外開放用餐的餐廳建築設計，活化門面空間。天氣晴之際，遊客可坐在露天的戶外座區，邊著海風、品味咖啡香。
- (7)戶外休憩區:設置於大門出入口南側的露台空間，提供遊客短暫休憩之場所。



圖 6-2-19 咖啡簡餐區、戶外咖啡座及戶外休憩區示意圖



圖 6-2-20 一樓主要入口挑空大廳示意圖(I)

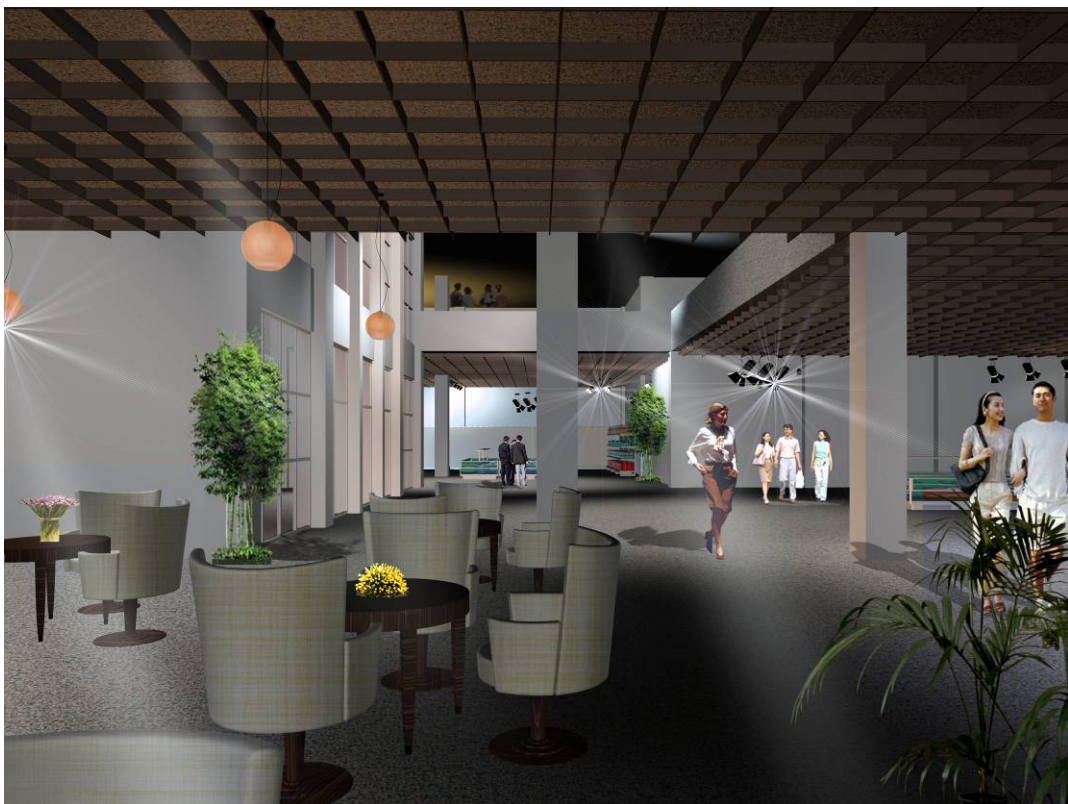


圖 6-2-21 一樓主要入口挑空大廳示意圖(II)

## 2.二樓澎湖特色展演區

不同於一樓以販售商品為主，二樓 配以澎湖之美作一全面性之展覽及銷售，同樣的規劃配置設計，將隔牆取消，造成空間之通透性，利用燈光、聲效、裝 及活動之安排，吸引遊客自一樓參觀或購 商品後，上至二樓參觀「澎湖之美」的全面性及展覽，並使遊客自行加工完成手工 品，這將使遊客有完成使命之滿足感；同時亦可促銷一樓販賣之商品，如此上下樓層之商品及活動結合，始可促成商品之流動性及業 之提高。同樣的，二樓空間設計亦需使遊客視線無 隔性，於建築物南側近陽台處，再設一處戶外咖啡座，使遊客可休憩使用，將可創造一處較具特色且較吸引遊客至二樓之展覽活動場設計。二樓平面及面積詳圖 6-2-22 所示。

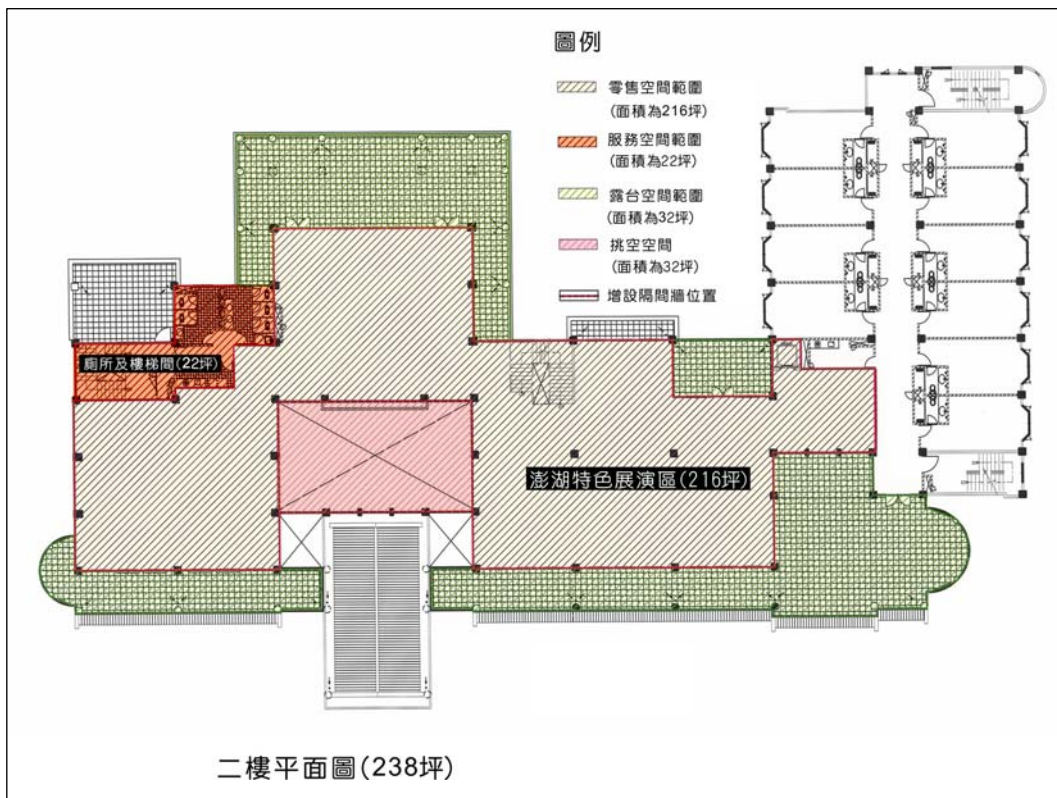


圖 6-2-22 二樓平面圖

二樓原有隔牆易 隔視線及遊客動線，建議拆除部份隔間牆， 造寬敞、明亮之展售空間。拆除暨增設隔間牆位置詳圖 6-2-23 所示：

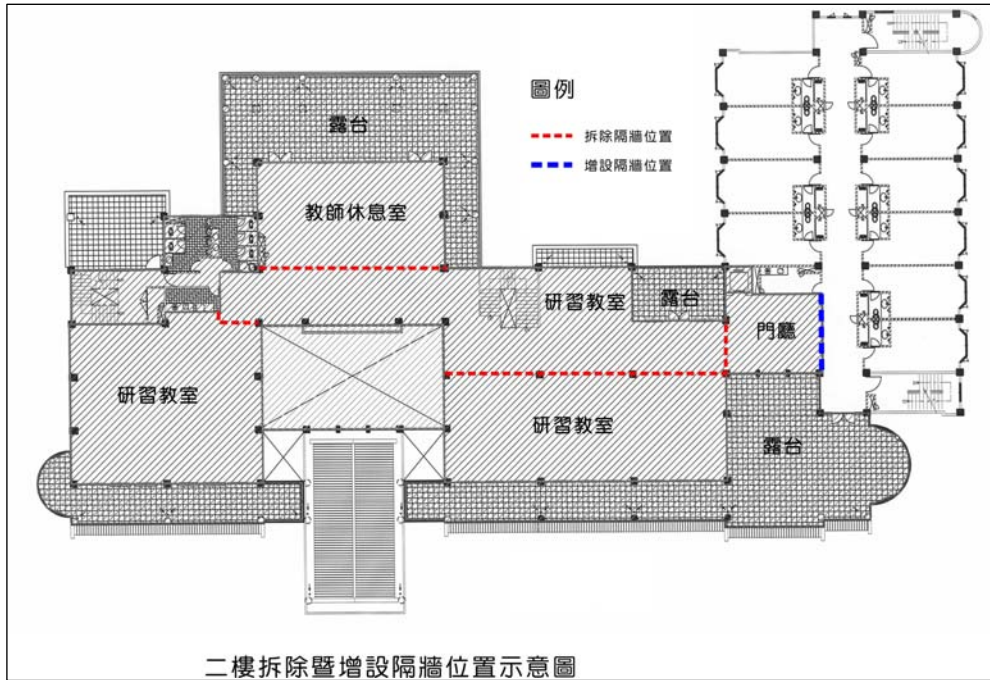


圖 6-2-23 二樓拆除暨增設隔牆位置示意圖

二樓以澎湖海洋生態做展售之主題。主要分為貝殼文石類展售區、澎湖海洋植物地質展售區、零售商場及配休憩餐飲設施。二樓平面配置及人行動線詳圖 2-6-24、2-6-25 所示

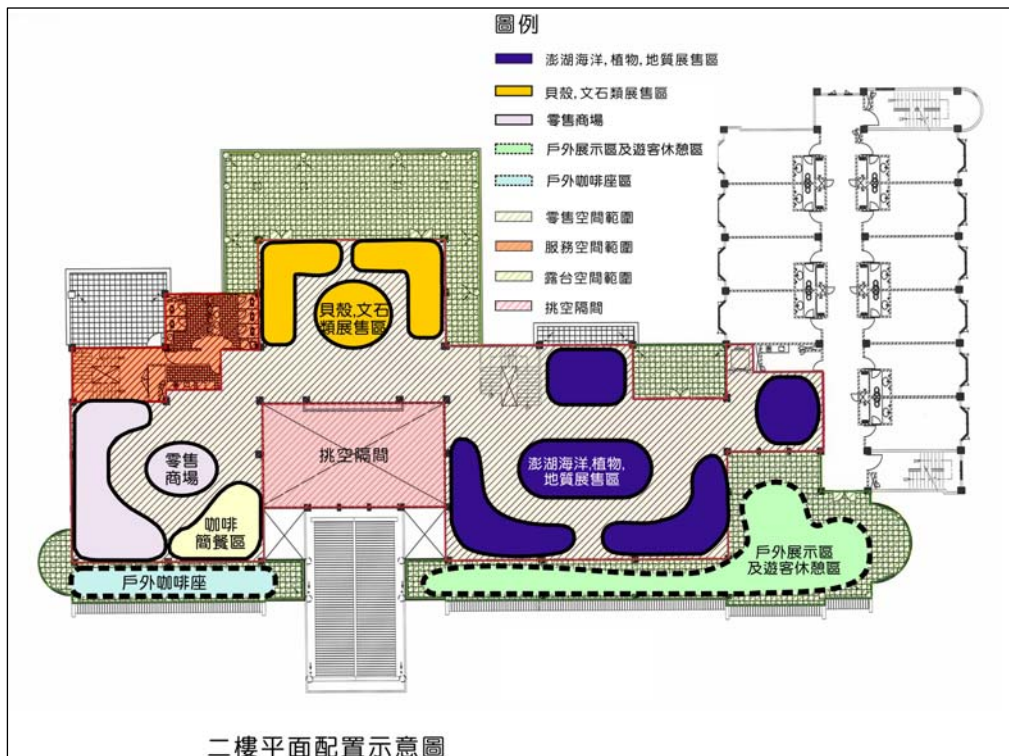


圖 6-2-24 二樓平面配置示意圖



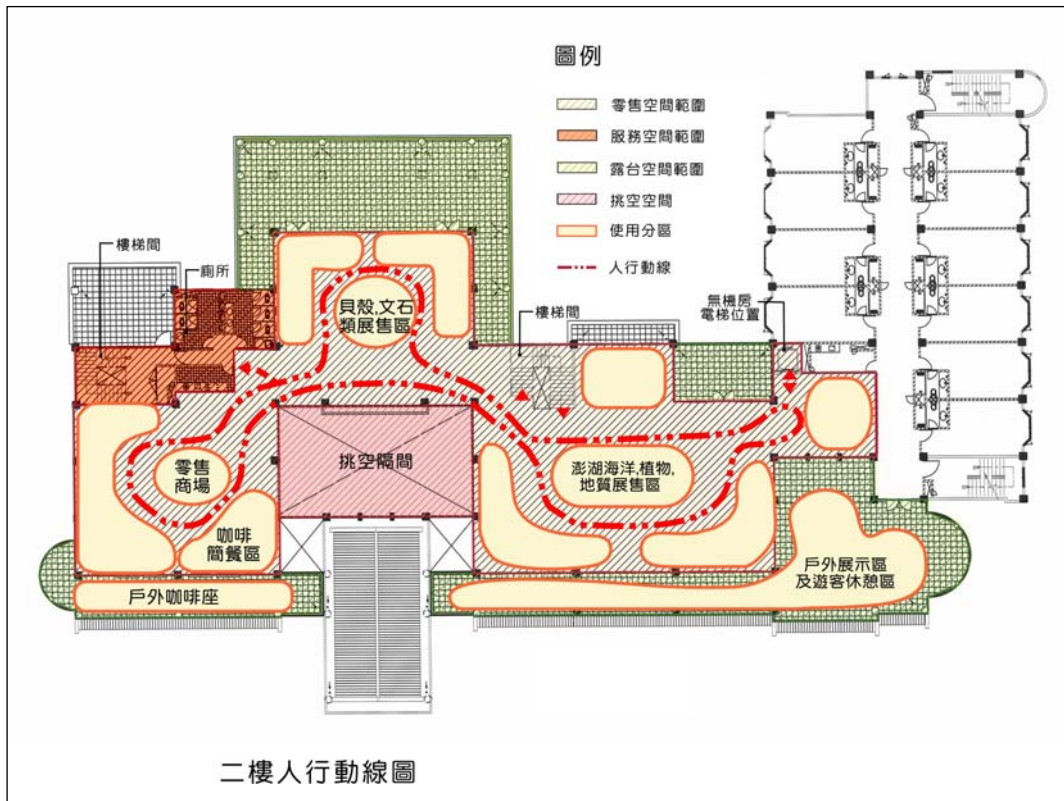


圖 6-2-25 二樓人行動線圖

二樓平面配置規劃構想說明如下

- (1) 澎湖海洋、植物、地質類展售區：設置於二樓澎湖特色展演區北側。設有海域、陸域及動植物生態展售區等。
- (2) 貝殼文石展售館區：設置於二樓澎湖特色展演區西南側。設有澎湖著名之貝殼及文石類之展售館及教育館區等。

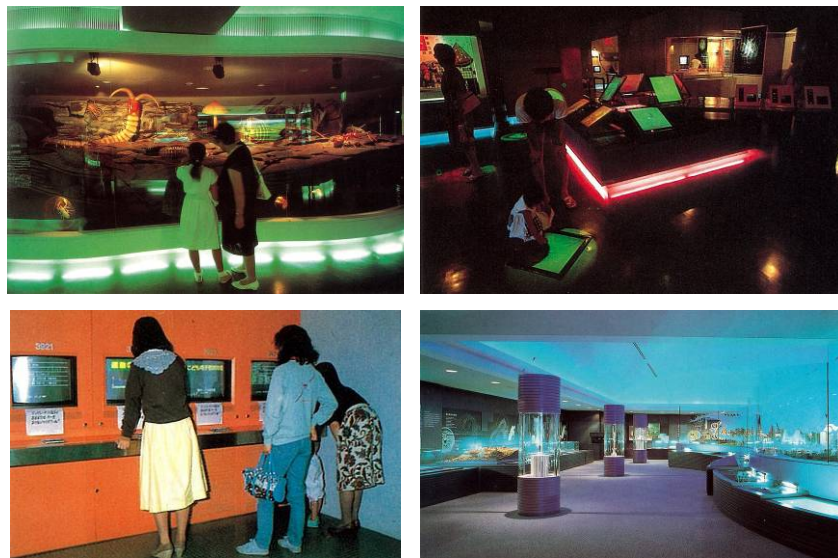


圖 6-2-26 澎湖生態、貝殼文石展覽售區示意圖(I)

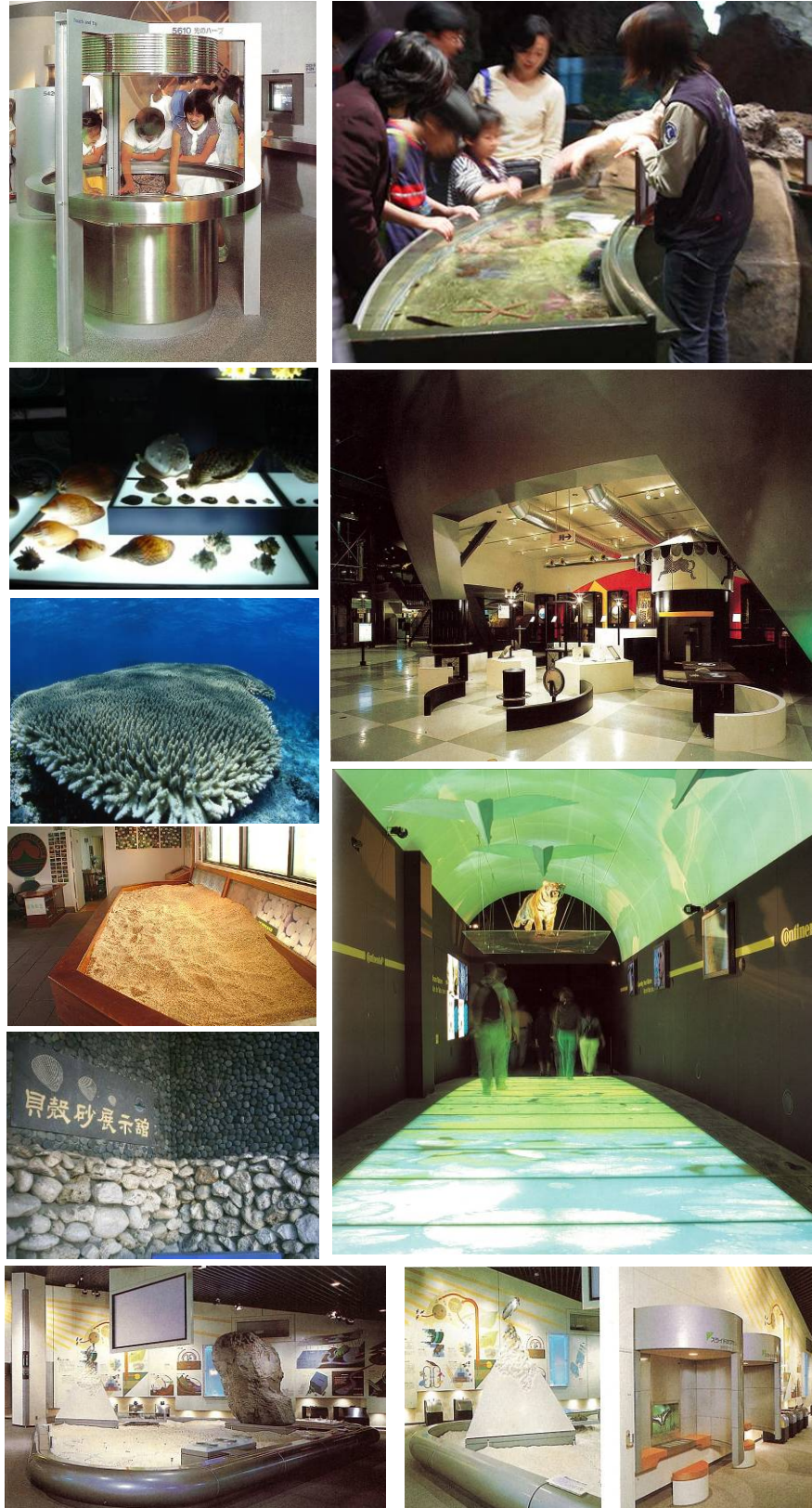


圖 6-2-27 澎湖生態、貝殼文石展覽售區示意圖(II)



圖 6-2-28 澎湖生態、貝殼文石展覽售區示意圖(III)

(3)零售商場區：設置於澎湖特色展演區南側，販售及展示澎湖著名貝殼、文石類珠寶店及地方特色紀念品。



圖 6-2-29 零售商場示意圖

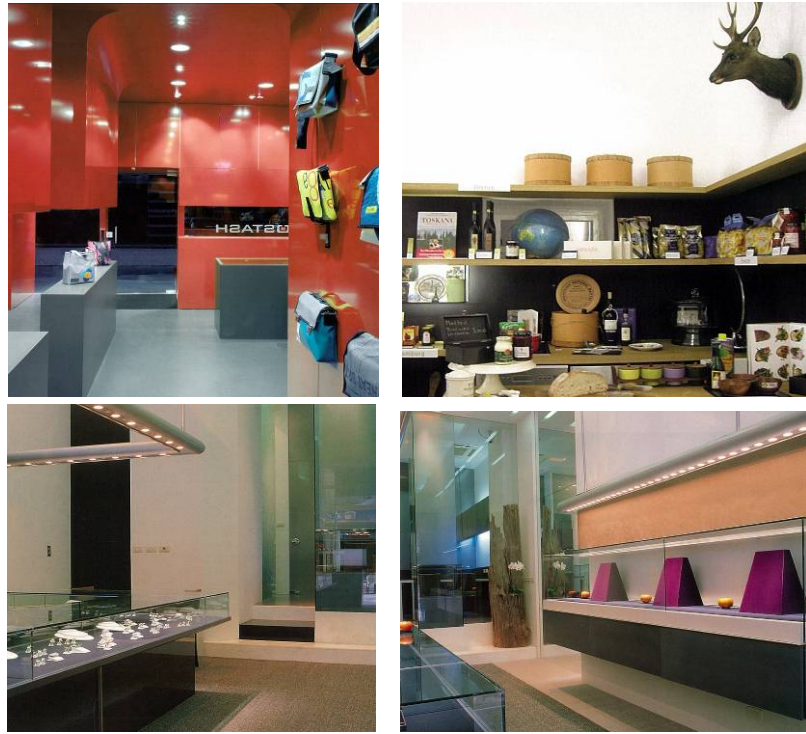


圖 6-2-30 零售商場擺設示意圖

- (4)咖啡簡餐區:設置於二樓澎湖特色展演區東南側。提供遊客複合式咖啡簡餐、精糕點及各式飲料。
- (5)戶外咖啡座:設置於二樓澎湖特色展演區東南側戶外露台處。提供遊客戶外休憩及喝咖啡、用餐的空間。
- (6)戶外展售區及遊客休憩區:設置於二樓特色展演區東北側露台空間。將室內展售活動導引至室外,設有戶外海洋自然生態教育展示,讓遊客能更細地認識海底生態,並提供遊客休憩空間。



圖 6-2-31 二樓商場及展示空間挑空處示意圖



圖 6-2-32 二樓咖啡簡餐區示意圖

### 3.三樓行政辦公及會議中心區

基本上三樓 持原隔間不予拆除，設置辦公室、會議中心及戶外休憩區，因遊客至三樓之動線過長不易到達，且空間有限，故以行政辦公及會議中心空間設計為主，與一樓及二樓零售展示之規劃構想區隔， 造一個寬敞明亮之行政、辦公及會議使用之空間，戶外露台平時可作為戶外休憩空間，不同性質會議需要時，亦可將會議（或展示）空間延 至戶外；另外可由一樓餐廳提供簡餐予與會人員用餐，藉以提高一樓餐廳之營業 ，創造較高之附加價值。三樓平面及面積詳圖 6-2-33 所示。

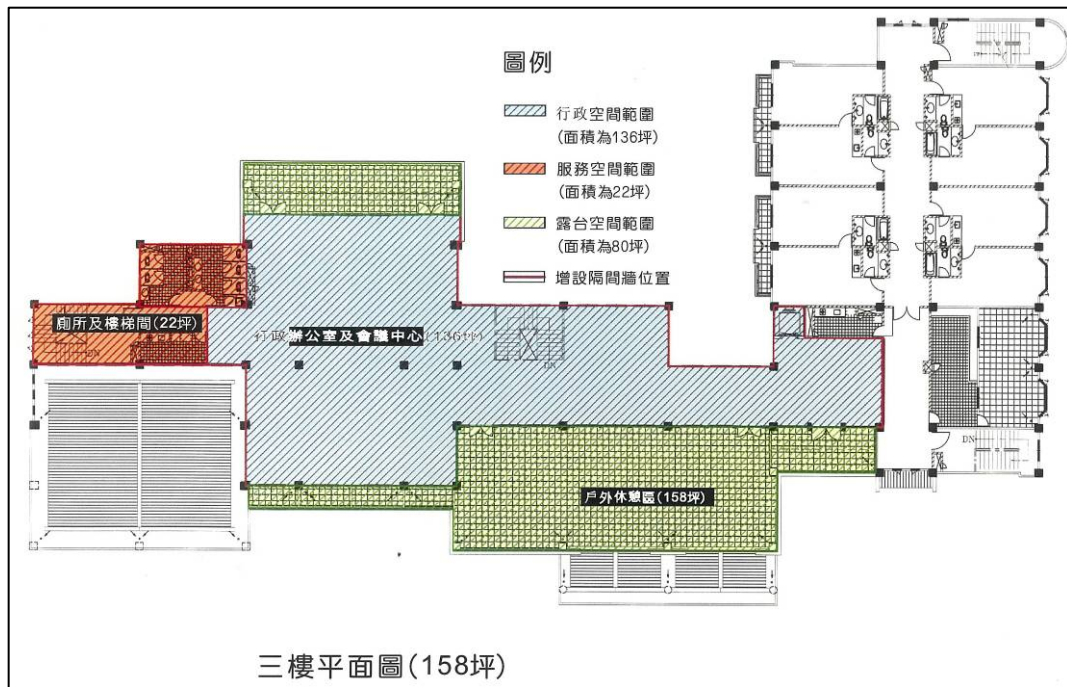


圖 6-2-33 三樓平面圖

三樓以行政辦公及會議中心為主題。主要分為辦公室區、行政辦公區、會議中心區、戶外休憩區等。三樓平面配置及人行動線詳圖 6-2-34、6-2-35 所示

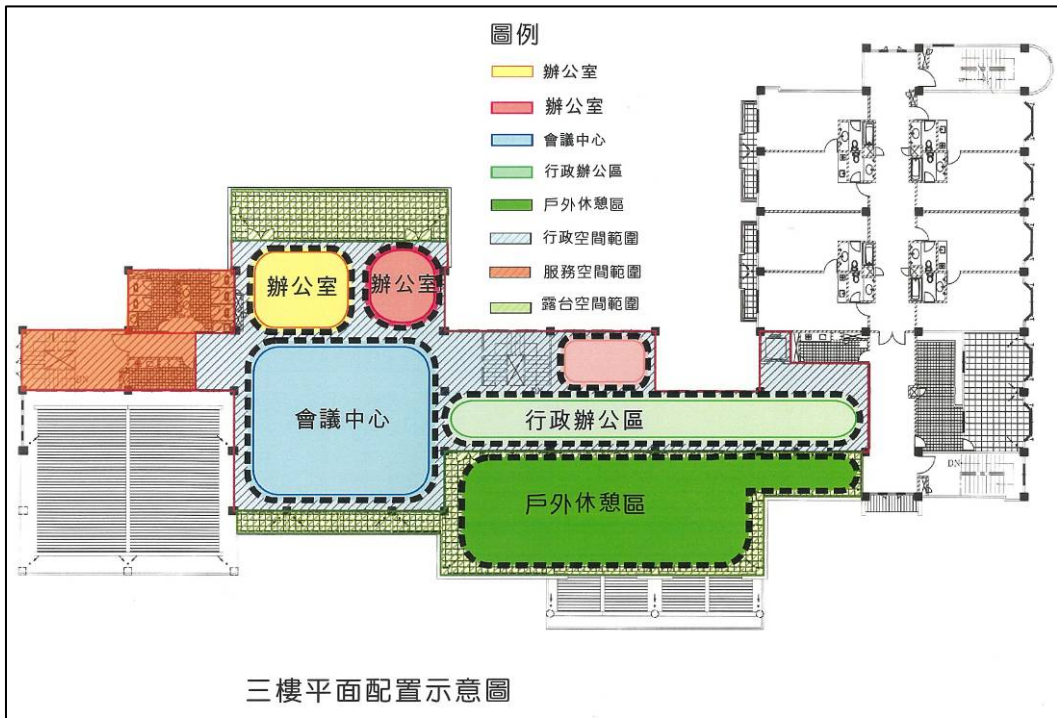


圖 6-2-34 三樓平面配置示意圖

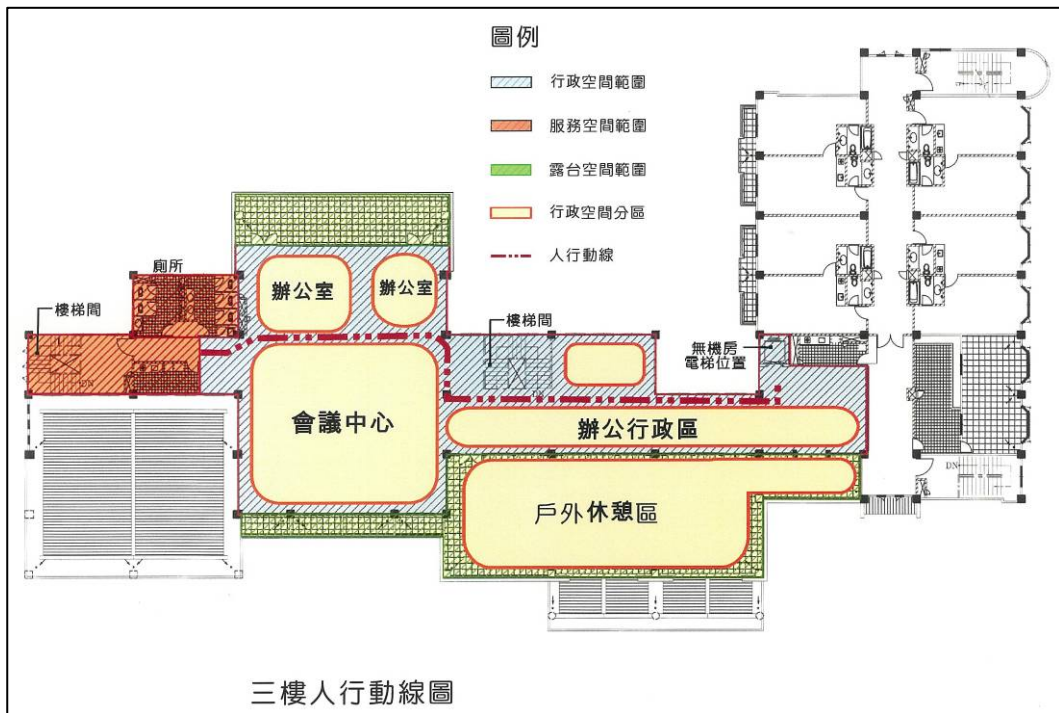


圖 6-2-35 三樓人行動線圖

空間配置方面以辦公室及會議中心為主，設置於整層樓。三樓平面配置規劃構想說明如下

- (1)會議中心區：設置於三樓之東側。為提供企業旅遊會議或澎湖當地公務單位開會議使用，空間寬敞明亮；必要時可由一樓餐廳提供簡餐予與會人員用餐，可創造空間使用之最大效能。
- (2)行政辦公區：設置於三樓會議中心區之西側及北側，提供一、二樓廠商行政辦公使用，亦可結合旅行社至此設置辦公室，藉以方便安排及處理旅客之行程，辦公空間位於三樓較靜但又可較快服務廠商或旅行社行政作業，極具空間使用最大效能。
- (3)戶外休憩區：設置於三樓行政辦公及會議中心區東側，提供辦公人員或與會人員休憩空間；必要時，可配不同性質會議需求，將會議空間或展示空間或用餐空間延至戶外，望遠處欣賞澎湖之美及享受在地美食。與一樓、二樓露台空間形成系列立面架構，將活動導引至半室外，藉由露台活動吸引遊客來訪參觀、休憩。



圖 6-2-36 戶外休憩區示意圖



## 第七章 財務可行性分析

### 7-1 財務可行性分析假設條件

#### 一、財務可行性評估之作業項目

表 7-1-1 財務可行性評估作業項目一覽表

基本假設		參數設定	說 明
一	評估年 期規劃	(一)評估申辦年期 (二)整建年期 (三)營運年期 (四)現值基期	1.就專案性質之不同合理評估，並藉此確定專案開始回收成本的時點。 2.選定基準年，配合折現率將專案現金流量折算為基準年價值。
二	通貨 率		1.為估計未來各收支項目之重要參數。多參考消費者物價指數年增率為估計基礎，而不同成本或收益項目應依據不同指數予以調整。 2.可參考政府經建部門相關預測數據。
三	稅率	(一)營業稅率 (二)營利事業所得稅率	1.以民間角度評估，須估算扣除營業稅及營利事業所得稅後之淨現金流入。 2.稅賦對現金流量的影響主要在於非現金費用的節稅效果。 3.一般而言，營業稅率為 5%、營利事業所得稅率為 25%。澎湖依「離島建設條例」規定，免營業稅。
四	資本 結構	(一) 益資金比例 (二)負 比例	1.資本結構為投入專案資金總 中負資金與 益資金之比例。 2.藉由專案之資本結構，瞭解股東之股本投入 及專案之財務風險
五	資 條件	(一) 資占負 金 比 例 (二) 資金 (三) 資利率 (四)寬限期 (五)還 期 (六) 本息 方式	1.針對資金來源之負 部份，進行資條件之設定。 2. 資條件會影響折現率之高低、利息費用等項目，進而影響現金流量。 3.若資金負 來源有數個，則每 負之 資條件仍依加 平均而定。

基本假設		參數設定	說明
六	折現率	(一)加 平均資金成本 (二)一般案例要求	1.加 平均資金成本是將各種資金成本，照其佔專案總資本 比例加平均所得資金成本。 2. 執行專案時取得資金之平均成本，亦可視為此投資專案之機會成本或視為投資專案之必要 率。
七	折舊 規 劃	(一)折舊方式 (二)資產價值 (三)資產耐用年限 (四) 值	折舊是實體資產依時間所產生價值減少，雖無實際現金流出，但由於其具有節稅功能，該費用之認列將影響稅後淨利及現金流量。

本專案之財務方案經進行試算後，可依其淨現值（NPV）、內部 率（IRR）、回收年限（PB）及折現後回收年限（DPB）等效益評估指標，評估專案之投資效益及風險。表 7-1-2 將針對各效益評估指標提出說明。

表 7-1-2 效益評估指標說明表

項目	定義	評估標準
淨現值 (NPV)	各年淨現金之流入現值，為本專案之現值收益。	NPV > 0，為可行專案。 NPV = 0，專案不可行。
內部 率 (IRR)	淨現值為 0 時之折現率，為評估整體計劃率之指標。	IRR 大於專案之資金成本率即表示淨現值大於 0，為可行專案。 IRR 小於專案之資金成本率即表示淨現值小於 0，專案不可行。
回收年限 (PB)	積淨現金流量開始為正所需之年數。	與開發者預期之投資回收年限相較，以決定專案是 可行。
折現後回收年限(DPB)	現金流量折現後，積淨現金流入現值開始為正所需之年數。	與開發者預期之投資回收年限相較，以決定專案是 可行。

## 二、基本假設與參數設定

本專案之財務係參考「民間參與公共建設財務評估模式規劃」研究 告建議之架構進行，並依據其建議之基本假設及參數作相關設定。各項基本假設及參數設定結果如表 7-1-3 所示：

表 7-1-3 財務評估基本假設與參數設定一覽表

基本假設及參數		內容	說明
評估 年期 規劃	評估年期	15 年	評估年期規劃
	整建評估年期	4 個月	
	營運評估年期	15 年	以整建投資金 規模及整建項目資本財的耐用年限估計，營運年期設定為 15 年。
	現值基期	民國 98 年	
物價調整率		--	現階段暫不列計，未來再視專案需要，參考近十年之消費者物價指數年增率平均值(1.76%)作為估計基礎。
營業稅率		--	澎湖地區免 營業稅
營利事業所得稅率		25	依據促進民間參與公共建設法第三十六條規定，民間機構得自所參與重大公共建設開始營運後有課稅所得之年度起，最長以五年為限，免納營利事業所得稅。
資金 結 構	自有 資本	比例 股東 率	資金結構 自有資本
	存 利率	2.00%	
折現率		8	以加 平均資金成本率 WACC 計算。
折 舊 規 劃	折舊方式		折舊規劃
	室內裝潢及商品陳列櫃等相關設施	10 年	
	水、電、空調及照明設備	15 年	
	其他公用設備	15 年	

### 三、營運資金成本預估

資金需求項目分為投資成本及營業成本二大部份，其假設條件分述如下：

#### (一)投資成本：

##### 1.固定資產

##### (1)土地取得及處理費用

本基地為國有土地，交由「澎湖國家風景區管理處」

管理，因此若將本基地交 未來經營者經營使用，就主辦單位澎管處而言，應無 外土地取得及處理費用。對投標廠商而言，本計畫交 之土地具備可立即進 使用的條件，故亦無土地取得及處理費用。

## (2)工程費用

工程費用係依根據本計畫第六章所建議未來建築空間使用規劃結果估計。依本計畫建議之隔間拆除、新設南入口、修補、內裝改善、空調、水、電設備更新及陳列物架更新為重點，預估整建經費為 9,832,250 元。整建營建成本預算詳表 7-1-4 所示。

### 2.規劃設計費

規劃設計費以工程費用之 3 進行估算，並已列入工程費用內估算。

表 7-1-4 整建營建成本預算表

工程名稱	澎湖觀光產業推廣中心委託民間經管暨招商作業 圖規劃案			施工地點	澎湖縣馬公市光華里 172 號	
項次	項目及說明	單位	數量	單價	複價	編碼(備註)
	<b>工程發包費</b>					
一	拆除及運 (含原空洞系統)	m	110.00	2,000	220,000	依拆除牆壁長度估價
二	拆除後地坪 石子修補 (w=0.6m)	m	110.00	1,200	132,000	依拆除牆壁長度估價
三	拆除後明架天花修補 (w=2m)	m	110.00	800	88,000	依拆除牆壁長度估價
四	拆除後牆面修補及刷	m	130.00	1,000	130,000	依拆除牆壁長度估價，牆兩端乘 3.6m 高
五	新建輕 架雙面板牆(含 )	m <sup>2</sup>	86.00	1,200	103,200	
六	空調系統(依全館全開之 60%計)		87.00	15,000	1,305,000	
七	基礎裝潢(、 、小隔間等)	坪	728.00	3,000	2,184,000	
八	重點裝潢 (含陳列架)	式	1.00	2,000,000	2,000,000	
九	新設南入口	式	1.00	1,100,000	1,100,000	建議由得標廠商決定是 施作
十	小計(一~九)				7,262,200	

項次	項目及說明	單位	數量	單價	複價	編碼(備註)
	<b>間接工程費</b>					
一	工安全 生管理費 (約 *0.3%)	式	1.00	21,787	21,787	
二	營造綜合保險費(約 *0.5%)	式	1.00	36,311	36,311	
三	品質管理費及試驗(約 *1%)	式	1.00	72,622	72,622	
四	包商稅 、利 及管 理費(約 *10%)	式	1.00	726,220	726,220	
五	建築 設計 造費(約 5%)	式	1.00	363,110	363,110	
六	小計(一~五)				1,220,050	
	<b>合計 ( + )</b>				<b>8,482,250</b>	
<b>參</b>	<b>電力工程費</b>					
一	自總電 後分三支電 及各 前後開關				50,000	
二	增加 約容量				1,000,000	含設計圖 作、 技 、管線 設備費
三	小計(一~二)				1,050,000	
	<b>自來水工程費</b>					
一	加裝淨水設施				200,000	鄰近 水 處增 設淨水場所
	<b>使用執照變更費</b>					
一	建築 服務費				100,000	
	<b>總計</b> <b>( + +參+ + )</b>				<b>9,832,250</b>	

單價分析表						
工程名稱	澎湖觀光產業推廣中心委託民間經管暨招商作業 圖規劃案			施工地點	澎湖縣馬公市光華里 172 號	
九	工作項目：新設南入口		單位：	式	計價代碼：	
	工料名稱	單位	數量	單價	複價	編碼(備註)
01	外牆修改新設大門	式	1.00	100,000.00	100,000.00	
02	門廊整建	式	1.00	165,000.00	165,000.00	
03	無障礙坡道	m	40.00	2,500.00	100,000.00	
04	入口廣場及景觀改善	式	1.00	360,000.00	360,000.00	
05	停車場改造	m <sup>2</sup>	250.00	1,500.00	375,000.00	

	小計				1,100,000.00	
	每式單價計				1,100,000.00	
九-01	工作項目：外牆修改新設大門		單位：	式	計價代碼：	
	工料名稱	單位	數量	單價	複價	編碼(備註)
	外牆拆除及運	式	1.00	10,000.00	10,000.00	
	新設大門		1.00	40,000.00	40,000.00	
	外牆整修	式	1.00	50,000.00	50,000.00	
	小計				100,000.00	
	每式單價計				100,000.00	
九-02	工作項目：門廊整建		單位：	式	計價代碼：	
	工料名稱	單位	數量	單價	複價	編碼(備註)
	屋頂	m <sup>2</sup>	33.00	3,000.00	99,000.00	
	地坪及台基	m <sup>2</sup>	33.00	2,000.00	66,000.00	
	小計				165,000.00	
	每式單價計				165,000.00	
九-04	工作項目：入口廣場及景觀改善		單位：	式	計價代碼：	
	工料名稱	單位	數量	單價	複價	編碼(備註)
	地坪	m <sup>2</sup>	140.00	1,500.00	210,000.00	
	植 (海)		15.00	10,000.00	150,000.00	
	小計				360,000.00	
	每式單價計				360,000.00	

## (二)營運成本：

### 1.人事費用

正式人員包括店經理一人、會計總務一人、服務人員二人為最小營運規模，未來視業務性質及營業之成長情形，可採外包、金制或臨時人員方式，增加服務能量。人事費用成本以薪資 1.3（含年節金、保費及退休金提等）計算，期每年人事費用為 1,95 萬元，以年營業 1,000 萬元估計，人事費用約佔 20%。隨營業每增加 500 萬，增加服務人員一人估計，人事費用佔總營業之比率將降為 15%（營業 1,500 萬）、13.6%（營業 2,000 萬）。

表 7-1-5 人員薪資表

稱	員 (人)	薪資 (元/月)	每人事成本
店經理		50,000	780,000
會計兼總務	1	27,000	421,200
服務人員	2	24,000 2	748,800
合計			1,950,000

## 2.設備費用

### (1)折舊費用

以固定資產之性質及使用年限之不同，分別計算折舊。以本計畫整建項目分為建築空間改裝工程、建築設備改善工程及陳列裝潢工程三大類。其中建築空間改裝工程耐用年限為 30 年，建築設備改裝工程耐用年限為 15 年，而陳列裝潢工程耐用年限為 10 年。折舊率以年利率 5% 估算。

### (2)重置費用

陳列裝潢設備以每 10 年重新裝潢或，期間則無需重置相關設備。

### (3)保險費用

目前暫以總樓地板面積為計算基礎，依下表所列參數估算每年投保火險及地險所需保費，並納入管銷成本計算。另外，依據「澎湖縣供公共使用營利事業場所強制投保公共意外責任自治條例」規定，公共意外責任每一個人身體，最低保險金為 300 萬元；每一意外事故，最低保險金為 1,500 萬元；每一意外事故財產失，最低保險金為 300 萬元；前述保險期間最高金為 3,600 萬元計費。

表 7-1-6 計畫保險費估算參數一覽表

	重置單價 (萬元/坪)	耐用年限 (年)	火險費率 ( )	地險費率 ( )
RC 建物	3.10	55	0.056	0.753

#### (4)稅金

本項稅金專指房屋稅，以預估之房屋評定價值減去計折舊後，依下表所列參數估算每年所需房屋稅。

表 7-1-7 計畫房屋稅估算參數一覽表

	標準單價 (萬元/m <sup>2</sup> )	房屋稅率 ( )	折舊年限	年折舊率 ( )	法定 值率 ( )
RC 建物	0.3060	3%	60	1.0	40

#### 3.行銷費用

以編列營業收入之 5 列計，納入管銷成本計算。

#### 4. 料經營費

本基地未來引入廠商應以販售具地方特色之產品為主力商品，估計 料經營費用平均為該物品售價之 50%。

#### 5.水電費

包括水、電、 料費用，依目前經營者每年分攤之電費佔管理處總電費之 20%，金 約為 45 萬元。水費則因目前使用地下水，因此並未另外支 水費，未來業者若未申請接裝自來水，應另行購 飲用水，估計每年為 3 萬元。 料費則為零星之 費用，估計每年約為 2 萬元，合計本項費用每年約為 50 萬元。預計之後每 5 年成長 5%。

#### 6.事務費用

事務費用為未包括於上述項目之 項費用，如運費、 費、電信費、交通費、 餐費、影印費等，以每年營業收入之 6 計算。

#### 7.房地租金

澎管處於 92 年提出「澎湖觀光產業推廣中心委託民間經營管理實施計畫」辦理出租至今，目前現有經營者經營期限至 98 年 6 月 30 日，年租金為新台幣 58 萬 8,000 元整。

本案許可範圍相關房地租金以依優 方式計收，依據「公共建設委託民間營運案件作業手 」、「促進民間參與公共建設公有土地出租及地上 租金優 辦法」計算方式說明如下：



房地年租金=土地年租金 房屋年租金

土地年租金=公告地價 使用面積 5 60

房屋年租金=房屋課稅現值 10 (委託經營面積/課稅面積) 60

本案土地公告現值為 2,100 元/平方公尺，公告地價則為 300 元/平方公尺，則土地年租金為公告地價 300 元/平方公尺\*使用面積 7,118.43 平方公尺\*5%\*60% 64,066 元/年。

本案營運主體已於 88 年取得建築使用執照，現有建築物於 96 年房屋稅為 68,316 元/年，房屋課稅現值為 2,277,200 元/年；房屋年租金為房屋課稅現值 2,277,200 元/年\*10%\*(委託經營面積 2,665 平方公尺/課稅面積 4,341.49 平方公尺)\*60% 83,871 元/年。

綜上所述，本案現有房地租金合計為 105,226 元/年，符合使用國有財產局應 最低房地租金之規定，且已併入定 經營利金計算。

## 8. 利金

經營者取得本基地及建築物之經營使用 需支 費用，其所代表之意義主要係指政府 予民間興建經營 利及提供有形(如土地、設施)或無形(如行政支 )資源，供民間機構使用而取得之對價收入。種類大致分為開發 利金及經營 利金兩種。開發利金係於 約時或 約後一定期間內 交，且通常僅 交一次；經營 利金則是於營運期間內定期 交。經營 利金之計算可採固定金 、變動金 、營運收入固定比例、營運收入變動比例，或其他約定方式辦理。其設定由主辦機關 持風險分 、利 共享之原則辦理。例如 BOT 案，考量前期投資較大，依前輕後重之方式，即開發 利金配合經營 利金的計收方式， 利參與促參案件之民間機構得以穩定經營。

主辦機關可視個案參採下列方式設定 利金之收取：

### (1)開發 利金：

A.市價法：依該 土地市價或土地公告現值的固定百分比。

B.目標 尋法：設定民間部門所要求的內部 率，並以目標 尋方式 推求得。

## (2)經營 利金

A.固定百分比：經營 利金依每年(或月或季)總營業收入或特定指標百分比收取。

B.固定金：以固定 度計收。

C.變動百分比： 利金佔總營業收入或特定指標比例級距調整，得為 進或 退方式。

D.變動金：經營 利金 度依特定指數或定期調整。

以本計畫委託民間經營之政策目的及經營事業之內容而言，除了必須考量政府辦理促進民間參與公共建設之公益性目的，展現具備國家級風景區水準之「澎湖觀光產業推廣中心」的門面氣勢、空間品質與服務水準之外，經營內容屬於一般零售型態的商場或販售店為主，並不具有市場的獨佔性優勢。因此，對 利金的計價內容主要以不動產標的的使用價值為主，無法計收經營項目的外部經濟效益。

綜上所述，考量本計畫特性及實際經營型態的 租能力，對於 利金的計算將以不動產的使用租金、不動產稅金為計價範，分為開發 利金及經營 利金兩類，前者採一次收取，而後者採分年收取方式規劃。而為 優良廠商投標，減化經營財務之 程序，降低廠商經營財務控制之不確定性，本計畫 利金度的規劃則以固定金 原則收取。

### (1)開發 利金：

考量廠商投資意願及平 期投資成本的負 能力，本計畫建議以內裝投資金 之10%為原則計收，約為新台幣 87 萬元（總工程費用預計約為新台幣 983 萬元，扣除新設南入口工程設定為可選擇設施方案工程費用約為新台幣 110 萬元後，工程費用預估約為新台幣 873 萬元），其意義形同本計畫之保 金或 金，以一次 交為限。

### (2)經營 利金：

為簡化計價及收取程序，建議採固定 度方式收取，建議以每個月新台幣 5 萬元固定租金方式計算，每年以新台幣 60 萬元收取 次方式為原則。

#### 9.營業稅

依「離島建設條例」第十條之規定，本計畫免 營業稅。

### 四、營運情況預估

依前述市場分析，本計畫預估未來在經營者強化產業推廣之主題，同時採行 性而多元的行銷策略，包括與旅行社之策略 等方式，加強聚客能力等情況下，估計參訪旅客人數將由民國 98 年 8 萬人/年，前 10 年每年成長 5%，故至民國 107 年本案年觀光人次約為 12 萬 4,106 人/年，相當於目前參訪年遊客人次的一 成長。而自民國 108 年起年參訪旅客人數每年成長 3%，至民國 112 年達年參訪旅客人數為 14 萬 3,873 人。

在觀光客消費金 估計上，本計畫以每人平均 150 元(提袋率 30%，客單價為 500 元)估計財務收入情況。

## 7-2 營運財務可行性分析

依據上述方案設定條件，本方案在未來得標廠商加強行銷或與旅行社擴大結招顧客的情況下，年到訪人數將由目前 8 萬人成長到約 14.4 萬人，依此經營條件估計，澎管處於計畫招標時可收取開發利金 87 萬元及每年固定金之經營利金 60 萬元，則在 15 年的經營期間政府共獲得 987 萬元的利金收入。在平均客單價 500 元及提袋率 30% 的假設情況下，約 983 萬的前期投資將可在第 7 年回收成本，15 年的經營期可獲得 14% 的內部率 (IRR) 及 490.37 萬元的淨現值 (NPV)，基本上達到可行投資的財務效益。營運財務效益分析如表 7-2-1 所示，財務試算表詳表 7-2-2 所示。

表 7-2-1 營運財務效益分析表

財務效果	每人平均消費 150 元
回收年期	第 7 年
15 年內部率 (IRR)	14%
15 年淨現值 (NPV)	490.37 萬元
15 年利金總收入	987 萬元

表 7-2-2 財務試算表

期投資 980 萬進行內部裝修工程，遊客人數由每年 8 萬人開始成長，前 10 年年成長率為 5%，第 11 年前年成長率為 3%，至第 15 年遊客人數為 143,873 人，年人均消費金 為 150 元。																	
項目	參數值	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112
	年期	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
遊客人數	人次		80,000	84,000	88,200	92,610	97,241	102,103	107,208	112,568	118,196	124,106	127,829	131,664	135,614	139,683	143,873
營業收入(萬元)	150 元/人		1,200	1,260	1,323	1,389	1,459	1,532	1,608	1,689	1,773	1,862	1,917	1,975	2,034	2,095	2,158
支出項目																	
內部裝修費		-983.23															
進貨成本	收入 50%		600	630	662	695	729	766	804	844	886	931	959	987	1017	1048	1079
人事成本			195	195	195	195	195	233	233	233	233	233	233	233	270	270	270
折舊成本																	
重置成本	-2,000,000	10											25	25	25	25	25
水電			50	50	50	50	50	55	55	55	55	55	61	61	61	61	61
保險費			10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
行銷費用	收入 5%		60	63	66	69	73	77	80	84	89	93	96	99	102	105	108
事務費用	收入 6%		72	76	79	83	88	92	96	101	106	112	115	118	122	126	129
小計			987	1,024	1,062	1,102	1,145	1,232	1,279	1,328	1,379	1,434	1,498	1,534	1,607	1,644	1,682
稅前收益			213	236	261	287	314	299	329	361	393	428	420	441	427	451	476
營利事業所得稅	稅率 25%		53	59	65	72	78	75	82	90	98	107	105	110	107	113	119
稅後收益			160	177	196	215	235	224	247	270	295	321	315	331	321	338	357
開發 利金	87	-87															
經營 利金	稅前收益 15%		60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
淨收益		(1,070)	100	117	136	155	175	164	187	210	235	261	255	271	261	278	297
稅後 率			10.11%	11.46%	12.78%	14.07%	15.32%	13.35%	14.61%	15.84%	17.04%	18.21%	17.01%	17.66%	16.21%	16.93%	17.64%
積稅後 餘		(1,070.23)	(970.48)	(853.18)	(717.45)	(562.37)	(386.98)	(222.50)	(35.63)	174.76	409.85	670.87	925.59	1,196.52	1,457.03	1,735.38	2,032.13
淨收益現值			92.36	100.57	107.74	113.99	119.37	103.65	109.04	113.67	117.60	120.90	109.25	107.59	95.79	94.77	93.55
積 稅後 餘現值		(1,070.23)	(977.86)	(877.30)	(769.55)	(655.57)	(536.20)	(432.55)	(323.51)	(209.84)	(92.24)	28.66	137.91	245.50	341.28	436.05	529.60
折現率	8%																
IRR(15 年)	14%		NPV	\$490.37		利金總收入	987										

## 一、營業收入變動之敏感性分析

本方案營業收入將視到訪旅客人數及平均消費金額的變動而異。其中民國 98 年到訪旅客人數 8 萬人，係依據目前經營業者在未與澎湖當地旅行社結帶團的情況下，實際營運之年到訪旅客人數已達 6 萬人，若未來新經營業者可採行與旅行團結納入觀光行程帶團參訪，則到訪觀光產業推廣中心的旅客人數應可再增加 30%，估計年到訪旅客人數為 8 萬人。實際上，若將政府政策上可能開放大陸觀光客來台觀光納入考慮，澎湖地區觀光總人數將有大幅度成長的可能性，則到訪旅客數亦會有成長的空間。

而本計畫方案預估至民國 112 年到訪旅客人數將成長為 14 萬 3,873 人/年，係以澎湖風景特定區在各項基礎建設相繼續完成，澎管處持續推動觀光事業發展的前題下，將會吸引更多外國人士及大陸觀光客到澎湖，因此觀光產業推廣中心預期可達到的到訪人數。此一觀光人數規模相當於鄰近的澎湖遊客中心民國 100 年的參訪人數，因此仍屬於相對保守且可行性高的預估數。

其次，就到訪旅客數的平均單次消費金額預估為 500 元，提袋率設定為 30%，係參考目前經營業者販售較高單價的珍珠類手工藝品及當地名產為主要商品的營運實況。

若以營業收入變動觀察方案投資效益的差異情況，在其他經營參數不變的情況下，營業收入每變動 5%，則內部收益率將變動 2%，淨現值則變動約 150 萬元，詳見表 7-2-3 所示。因此，若營業收入較建議方案減少 15% 以上，則本項投資方案將成為不可行的投資計畫。

表 7-2-3 營業收入變動敏感性分析表

營業收入變動 ( )	-15%	-10%	-5%	+0%	+5%	+10%	+15%
內部收益率 ( )	8%	10%	12%	14%	16%	17%	19%
淨現值 (萬元)	11.73	181.21	341.45	490.37	634.93	787.37	937.31

## 二、前期固定成本變動之敏感性分析

本計畫所估算之前期固定成本是為營造一處能展現當地特色及環境優雅的觀光產業推廣中心所需投入之建設費用，工程施作項目包括：一樓及二樓小空間之隔間拆除、新設南入口、修補、內裝改善、空調、水、電設備更新及陳列物架更新為重點，預估整建經費為 983 萬元。其中除新設南入口可列為選作項目而不影響整體景觀之外，其餘均為營造良好的休閒、購物、遊逛及營運管理空間所不可缺少的條件，故列為投資廠商必要之投資重點項目。

由於本計畫工程施作為建築內部改裝工程，施工期短，因此原物料及工資變動之可能性及幅度均不致於太大，因此僅以 10% 工程費的變動視對投資效益的影響。由表 7-2-4 所示，若工程費因工資或物價之影響產生 5-10% 之變動，則內部率僅增減不到 1%，對廠商風險不大。另外，若廠商對南側入口採取不施作的情況，工程費將減少 110 萬元，內部率約提高 2%，影響程度輕。

表 7-2-4 前期固定成本變動敏感性分析表

工程費變動 (%)	-10%	-5%	+0%	+5%	+10%	南側入口 不施作
內部率 (%)	15.58	14.74	13.97%	13.25	12.57	15.78
淨現值(萬元)	581.41	535.89	490.37	444.85	399.33	592.22

### 三、營運成本變動敏感性分析

本計畫方案之營運成本包括：進貨、人事、水電、保險、行銷及事務等項目，其中以進貨成本佔 50% 比率最高，人事成本約佔 20% 居次，其他項目則各在 10% 之內。本計畫以 3%、5% 及 10% 之幅度變動營運成本，分析對投資效益之影響，詳如表 7-2-5 所示。營運成本每增減 2%，將造成內部 率約 2.5% 的變動，影響幅度頗為可觀。當營運成本增加 8% 時，淨現值將成為負值，方案即為不可行，因此未來廠商營運時必須 格控制營運成本。

表 7-2-5 營運成本變動敏感性分析表

營運成本變動 ( )	-10%	-5%	-3%	+0%	+3%	+5%	+10%
內部 率 ( )	21.90%	18.05%	16.46%	13.97%	11.35%	9.51%	4.41%
淨現值 (萬元)	1,236.95	863.66	714.34	490.37	266.40	117.08	-256.21

### 四、小結

由上述對本計畫建議方案的財務敏感性分析，可發現對財務方案可行性影響顯著的因素為營業收入及營業成本變動的幅度，若營業收入減少 15% 或營業成本增加 7% 以上，本計畫方案將成為不可行的投資計畫，亦即投標廠商必須特別重視經營市場的擴大及控制營運成本的支出，始能降低經營風險。



## 第八章 土地取得可行性評估

### 8-1 土地取得與政府配合事項

#### 一、土地之取得

依促參法第十五條之規定，經主管機關審定為促進民間參與公共建設法第三條所列之觀光遊憩重大設施所需之土地為國有土地者，應依該法第十五條規定辦理。用，可排除土地法第二十五條、國有財產法第二十八條及地方政府公產管理法令之限制。

本案土地業於 81 年澎管處為積極推展澎湖風景特定區各項實質建設，提供旅客到訪澎湖解說服務處所，以落實觀光旅遊事業之發展，辦理用取得在案；又財政部於 90 年 4 月 25 日台財產接 第 0900009728 號 示：「用取得國有土地後，依原計畫用興建完成建物，因配合政策需要，擬將興辦之事業，委託民間經營，提供經營之國有土地及地上建物予受託使用時，程序上應擬具實施計畫，

請主管機關得中央目的事業主管機關同意後，定執行。」；本案依據公共工程委員會 89 年 5 月 12 日（八九）工程技 第 89011202 號解 示：「於促參法施行前用之公有土地於不原用目的之情形下，可依促參法第十五條之規定，提供民間機構使用」。澎管處於 92 年提出「澎湖觀光產業推廣中心委託民間經營管理實施計畫」辦理出租至今，故本計畫不原用目的，就執行依據及用地取得等方面均已具可行性。

#### 二、營運主體之取得

本案營運主體於 88 年取得之建築使用執照內容：第一層使用用為展示場、餐、機房、水設施。第二層使用用為教室。第三層使用用為圖、辦公、宿舍。第一層及第二層樓層使用用中無販售項目，為符合前述實施計畫中委託經營方式之內容，故本案未來取得委託經營者，應先就有關建築使用執照中使用用之變更，其法令依據為建築法及建築技術規則，需由經營者委由建築辦理使用執照變更，由建築將定案之建築設計圖及原有使用執照，併同經營者之營利事業登記營業項目內容，送交澎湖縣政府申請使用執照變更審查及取得變更使用執照程序，建築辦理時程約需 2 個月。取得變更使用執照後，委託經營者始得合法設立營業登記等合法營業。

在委託經營空間的規劃上，除包括目前已出租營運之賣場及服務空間之外，建議將建築體內部電梯設施納入委外經營範圍，以符合建築法中對公共空間設置障礙設施的相關規定。而原一樓後端之房及水等相關設施空間，管理處亦同意納入委外經營的範圍。

由於本案建議採行 ROT 方式委外經營，未來將僅及建築體內部空間及設備的整建工程，而不影響建築物主體結構。在申請整建工程施工執照上，僅需辦理內裝改建項目的申請即可，由澎管處出具同意，以經營者為工程施工申請人，因此應不需設定地上利予經營者。故本計畫就執行依據及用地取得等方面均已具可行性。

### 三、政府配合事項

本計畫建議採行 ROT 方式委外經營，政府將以協助辦理的角色促成經營者完成經營空間的整建修，並於內裝施工申請程序的照之順利請。

## 8-2 開發經營可行性

在考如吸引民間參與觀光休閒區的經營方面，應從利、法、推、為出發點，突顯公部門開發觀光休閒商業區的決心，創造開發案之投資誘因，並對預期之力研議突破策略，進而配合措施及法規執行，以達成吸引民間投資之目的。

### 一、民間參與投資經營的障礙排除

民間參與投資經營公共設施計畫由於投資誘因、資題以及營運期間合約雙方長時期的互動關係。因此，計畫必須週延確實，各種因素條件也必須是健全而可行，可能事先推演，假設狀況測試計畫之適應及應變能力，如有疑慮必須補強或排除之。

其次本計畫的開發採 ROT 方式，求民間投資經營，利用民間企業的高效率經營能力為目的之一，對經營者之行事需定積極、高、高效率的執行規範，惟政府部門之行政作業程序亦須完全配合，則難免造成行政與執行之不協調。

再者民間參與投資經營公共設施計畫之成，與民間投資者之財務能力與執行管理能力密不可分，甚至是其關要素，於求甄審作業時，必須詳考量，必要時應查，及資協助時，須尋求金主管機關及資機構之承或認。而民間投資者必須具備工程良佳之興建能力、商場開發能力與一定程度之業經驗，以明確計

畫之執行，是在有經驗、有能力之掌握、控制與推動中。

ROT 計畫以求民間經營為著眼，並公開為之，為期計畫順利圓滿，自應以得最富經驗、最具效之投資者為不變之目標。另以公共建設關公共安全，失的代價，如時間的延、財產的失、民眾的不便等，太過龐，因此，不許試驗。

## 二、誘因設計與利基擴大

### (一)提高投資率

本計畫本身具有些許公共財特性，政府需適度協助建立優良的經營條件，以促進經營者之收益，而民間經營收益亦可下列方式改善其收益：

1. 特許經營年期延長
2. 費率決策性自主

### (二)資金成本降低

民間投資資金成本較高，因此，在現行法令下可下列方式改善之：

1. 利金計收機制研擬
2. 資優
3. 稅賦減免

### (三)利基擴大

對於本計畫地區之開發，可以結合鄰近公共設施的服務能力，吸引旅客來訪數量與停留時間，創造質與量之乘數效果，增加民間參與本計畫營運之吸引力。因此，可下列方式擴大利基：

1. 將資源結合規劃，提高公共服務能量，擴大利基
2. 行政特許利用，強化利基

## 第九章 環境影響評估

依本計畫建議之委託經營方式係採 ROT 模式，主要施工項目以內部裝修工程為主，工程規模與施作方式對環境衝擊與影響程度極為輕微，估計約需三個月時間即可完工，因此應無需進行環境影響分析之審查程序。施工中所需注意之事項主要為工程廢棄物之清運處理，以及施工中之噪音的防制。因此，未來在審查申請人之營建計畫時，必須要求申請人將施工計畫中明定環境管理措施。

## 第十章 可行性綜合評估

依本計畫目標所預定之「澎湖觀光產業推廣中心委託民間經營可行性評估」結果，綜理如下表所示。

評估項目	評估結果
1.辦理方式	依「促進民間參與公共建設法」規定之 ROT 方式辦理。
2. 許經營項目	特產品展示、商品銷售、主題館解說、活動體驗、餐飲及旅遊服務等項目，及其他與觀光特產推廣有關之服務。
3.市場可行性評估	觀光產業市場具經營可行性，估計本案遊客人次將由民國 98 年 8 萬人/年，前 10 年每年成長 5%，至民國 107 年本案觀光人次約為 12 萬 4,106 人/年，相當於目前參訪年遊客人次的一 成長。而自民國 108 年起每年約成長 3%，至民國 112 年參訪旅客達 14 萬 3,873 人/年。
4.法令可行性	本計畫符合「促參法」有關整建-經營-移 (ROT) 之相關法令規定，並不受國有土地法令的限制。
5.投資經營主體	依據計畫區構想方案，未來投資內容 及觀光產業推廣中心內部裝潢陳設更新、服務設施增設及建築外觀美化等項目。其投資主體將以民間部門為主，政府除配合事項外，不需參與投資建設工作。
6.工程技術可行性	本計畫將僅 及建築體內部空間改變及設備更新等裝潢修 工程項目，屬一般性的內裝工程，技術可行。
7.財務可行性	本計畫在市場預估之規模下，以 15 年期的經營期限，前期投資成本為 983 萬元，定 經營 利金為 60 萬元/年，財務上具可行性。
8.土地取得可行性	本計畫土地已取得，惟經營者需依據實施計畫內容變更使用執照後，始可合法經營。營運主體為現有出租之賣場空間，屬澎管處管理既有建築物，因此營運主體取得無 難。
9.開發經營可行性	本計畫由民間參與經營，政府僅需負責協助裝修執照申請，開發經營具可行性。
10.環境影響可行性	本計畫屬小規模之內裝修 工程，對環境影響輕 ，未來將要求經營者於施工計畫中詳列環境 護措施。