

臺中市議會第4屆第7次定期會

115年度臺中市總預算案附帶決議 專案報告

- 辦理 114 年度振興經濟節慶計畫-物調券、鍋烤節暨臺中購物節等相關經費
- 辦理 115 年度振興經濟節慶計畫-物調券、鍋烤節暨臺中購物節等相關經費
- 辦理 114 年度振興經濟節慶計畫-獎勵 114 年度物調券、鍋烤節暨臺中購物節等計畫相關推廣暨獎補助計畫符合資格民眾
- 辦理 115 年度振興經濟節慶計畫-獎勵 115 年度物調券、鍋烤節暨臺中購物節等計畫相關推廣暨獎補助計畫符合資格民眾
- 辦理臺中花博外埔園區維護管理及促進民間參與公共建設費用



臺中市政府

TAICHUNG CITY GOVERNMENT

報告人

臺中市政府經濟發展局 張峯源局長
臺中市政府農業局 李逸安代理局長

中華民國 115 年 3 月 31 日

目錄

壹、緣起.....	1
貳、經濟發展局專案報告.....	1
參、農業局專案報告.....	17

壹、緣起

張議長、顏副議長、各位議員女士、先生：大家好！

欣逢貴會第 4 屆第 7 次定期會，茲依據第 4 屆程序委員會第 13 次會議紀錄決議事項，115 年度總預算案附帶決議，經發局 4 項及農業局 1 項列入定期會專案報告，預算始得動支，爰依規定辦理，並逐案向各位議員先進說明，敬請惠予指教。

貳、經濟發展局專案報告

一、前言

經發局 115 年度歲出預算編列新臺幣 16 億 7,168 萬元，其中涉及附帶決議凍結歲出預算計新臺幣 3 億 9,736 萬元，主要辦理振興經濟節慶計畫等延續性業務，執行對象涵蓋本市各行業店家、商圈、市場、夜市攤販及一般民眾，影響範圍廣泛，攸關百工百業發展及基層民生經濟之穩定。

為帶動庶民經濟，本府積極打造「慶典經濟」集結人潮與商機，從物調券、鍋烤節到購物節，型塑城市行銷新亮點。其中，「物調券」以 200 元換 400 元發放模式，成功帶動傳統市場、夜市、商圈及產業故事館消費，受到市民、攤商好評，發放場域及規模也逐年擴大，從最早的 70 處增至 108 處，每年 2 次發放都吸引大批人潮排隊領取，有效刺激消費，效果顯著，全臺已有至少 10 個縣市仿效。

「臺中鍋烤節」則以打造「臺中鍋烤之都」為目標，114 年鍋烤節活動已吸引 658 組店家報名參與，總投票數突破 566 萬張，活動深受臺中在地餐飲支持，藉由夏日逆勢行銷，讓鍋烤店家在淡季業績成長，促進在地經濟。

「臺中購物節」更憑藉龐大的經濟產值，成為全臺政府推動經濟活動的典範。自 113 年起，活動進一步拓展國際觸角，邀請 9 國駐臺代表代言，讓購物節成為臺中的「國際名片」。「臺中購物節」在數位科技應用、公私協力模式、永續經濟成長及卓越行銷等領域表現卓越，接連獲得國內外 7 項大獎，114 年更勇奪「TITAN Business Awards(泰

坦商業大獎)」創新白金獎，充分顯示其行銷策略與活動規模深受國際評審肯定。透過國內外獎項的加持，活動不僅成功推升消費熱潮，更實質強化了本市商業競爭力。114 年度各項預算執行績效良好，115 年度歲出凍結預算對經發局業務推動影響甚鉅，尚祈議員女士、先生同意預算動支，以利業務銜接推進。

二、115 年度歲出凍結預算項目及說明

表 1、115 年度歲出凍結預算項目及說明一覽表

編號	科目	預算數(新臺幣：元)	說明
(一)	商業管理及輔導 - 商圈管理及輔導 - 業務費 - 一般事務費	19,750,000	辦理 114 年度振興經濟節慶計畫-物調券、鍋烤節暨臺中購物節等相關經費
(二)	商業管理及輔導 - 商圈管理及輔導 - 業務費 - 一般事務費	73,110,000	辦理 115 年度振興經濟節慶計畫-物調券、鍋烤節暨臺中購物節等相關經費
(三)	商業管理及輔導 - 商圈管理及輔導 - 獎補助費 - 其他補助及捐助	13,580,000	辦理 114 年度振興經濟節慶計畫-獎勵 114 年度物調券、鍋烤節暨臺中購物節等計畫相關推廣暨獎補助計畫符合資格民眾
(四)	商業管理及輔導 - 商圈管理及輔導 - 獎補助費 - 其他補助及捐助	290,920,000	辦理 115 年度振興經濟節慶計畫-獎勵 115 年度物調券、鍋烤節暨臺中購物節等計畫相關推廣暨獎補助計畫符合資格民眾

(一) 辦理 114 年度振興經濟節慶計畫-物調券、鍋烤節暨臺中購物節等相關經費

1. 114 年度臺中購物節

(1) 計畫期程

115 年 1 月 1 日至 115 年 6 月 30 日。

(2) 經費來源及金額

A. 是否為延續性計畫：是。

B. 預算金額：新臺幣 1,975 萬元。

(114 年度辦理「臺中購物節」分年編列之業務費)

(3) 115 年度辦理事項

A. 完成「2025 臺中購物節」活動結束後續相關事務，包括兌獎流程及行政作業等。

B. 辦理消費數據蒐集與分析，量化購物節對在地商圈、夜市及市場的帶動效益，作為後續政策推動依據。

C. 完成執行檢討報告，針對活動流程、資源配置及宣傳策略提出改進建議，並建立持續精進機制，確保購物節活動持續優化。

D. 辦理滿意度調查，蒐集民眾及店家意見回饋，形成具體改善方向，增進民眾參與意願及持續提升業者合作動機。

E. 持續提供完善客服系統，處理民眾諮詢、申訴及意見回饋，提升活動服務品質。

(二) 辦理 115 年度振興經濟節慶計畫-物調券、鍋烤節暨臺中購物節等相關經費(總經費新臺幣 7,311 萬元；其中物調券新臺幣 850 萬元、臺中鍋烤節新臺幣 1,400 萬元、臺中購物節新臺幣 5,061 萬元)

1. 115 年度物調券

(1) 計畫緣起與目的

「物調券」發放活動，自 112 年度推出即大獲好評，各界反應熱烈，並積極爭取納入更多發放場域。適用範圍逐年擴增，已由原先的 70 處，擴增至 108 處，並固定於每年上、下半年各辦理一波，涵蓋商圈、市場、夜市及產業故事館，

由於採「原場域領、原場域用」規則，民眾領到券後隨即轉往市場攤位、夜市或商圈店家消費，帶動現場買氣翻倍。物調券有效刺激消費，效果顯著，全臺已有至少逾 10 個縣市仿效或交流，如新北、新竹、彰化、雲林、花蓮、臺東、宜蘭及台北、高雄、台南、馬公市公所等，皆以各種模式，如特定市場、限定品項的加倍券、或結合跨年節慶活動發放加倍券、及搭配減碳概念為主題發放的加倍券等。因此，物調券不僅係地方創新政策，亦是全臺振興消費的典範。

(2) 計畫期程

115 年 1 月 1 日至 115 年 12 月 31 日。

(3) 經費來源及金額

- A. 是否為延續性計畫：是。
- B. 預算金額：新臺幣 850 萬元。

(4) 114 年度執行成效

A. 執行成果

114 年第一波「物調券」發放活動分別於 5 月 2 日至 5 月 4 日、11 月 28 日至 11 月 30 日圓滿結束。店家、攤商數逾 9,500 家，總計動員逾百名人力，全年發放 70 萬份物調券，帶動消費經濟逾新臺幣 1.4 億元，廣受民眾、攤商及店家肯定。

B. 成果照片



西屯區長及張峯源局長發物調券



民眾排隊領取物調券



民眾於建國市場兌換物調券



攤商收到民眾消費的物調券



商圈物調券吸引外國人兌換



攤販集中區吸引大批民眾排隊



民眾兌換物調券



活動第二波加入新場域
「霧峰原流新創聚落」

(5) 115 年度計畫內容

- A. 預計於 115 年度上、下半年接續辦理；下半年度將結合「臺中購物節」擴大舉行。
- B. 考量攤商、店家收受券張方便性、核銷作業便利性，以及各年齡層消費者接受度，與照顧高年齡層消費習慣之方式，將以發放紙本券張為主。另將增加更多宣傳管道，擴及更多族群，以達行銷效益，使物調券漸成為本市市民每年必參與之活動，亦吸引外縣市民眾前來探索。

- C. 採多元化場域發放，涵蓋經發局管理之公有市場、列管攤販集中區、輔導之商圈，以及民間的民有市場、民營市場、公有委外市場，與產業故事館發展協會之會員店家。以多元化方式(各區域有不同發放類型之場域，不論早市、黃昏市場、商圈或夜市)，可造福不同族群之消費者與小型營業人。
- D. 邀請在地攤商、店家、自治組織幹部等參與拍攝，協助行銷代言，體現公私協力促進庶民經濟的決心。
- E. 安排電視媒體露出，並邀請在地攤商、店家、自治組織幹部進行專訪，從民意角度評論政策推動的成效。

(6) 115 年度預期成果及效益

115 年物調券仍採上、下半年各辦理一次，形成年度固定大型消費盛事，全年發放 70 萬份物調券，預期為市場、夜市、商圈等庶民經濟場域帶來超過 1.4 億元營收，攤商、店家營業額提升 2 至 3 成，可帶動 35 萬人次之兌換與消費。

2. 115 年度臺中鍋烤節

(1) 計畫緣起與目的

- A. 「臺中鍋烤節」自 112 年夏季首辦即成功引起話題，結合「台中通(TCPASS)」推動線上票選，落實無紙化、智慧化模式，並透過十大鍋烤店家票選及徵件競賽，打造市民與業者共同參與的美食推廣平台。114 年活動吸引 658 組店家、投票數突破 566 萬，展現地方餐飲支持與淡季逆勢行銷成果，更邀請韓國、印度、義大利、泰國駐臺代表共同行銷，有效促進在地經濟。
- B. 延續熱潮，115 年度「臺中鍋烤節」將持續透過活動，強化城市品牌能見度，深化臺中美食文化影響力。

(2) 計畫期程

115 年 1 月 1 日至 115 年 12 月 31 日。

(3) 經費來源及金額

- A. 是否為延續性計畫：是。

B. 預算金額：新臺幣 1,400 萬元。

(4) 114 年度執行成效

A. 執行成果

(A) 「臺中鍋烤節」於 114 年 7 月 14 日至 8 月 14 日舉辦，透過「台中通(TCPASS)」整合報名、優惠、票選及抽獎機制，設立五大組別，共吸引 658 組店家參與、投票數突破 566 萬，最終選出 23 間優秀店家，並帶動餐飲業營業額年增逾 6%。

(B) 活動首度邀請韓國、印度、義大利及泰國駐臺代表拍攝宣傳影片，擴及 48 國並突破 20 萬次觀看，並共同抽出機票，提升國際旅客參與度與城市美食能見度。另舉辦「就是愛鍋烤徵件競賽」，徵得 180 件投稿，展現市民熱情，強化「火鍋燒烤就是臺中生活」的城市特色。

B. 成果照片



盧市長出席記者會-韓國-泰國-印度-義大利四國駐臺代表與代理代表也到場力挺



2025 臺中鍋烤節於 7 月 14 日盛大開跑



鍋烤徵件民眾版由忠明高中學生「嘻哈鍋烤情」奪得首獎 10 萬元



鍋烤徵件店家版由「老井燒肉福科店」奪得食指大動獎



(5) 115 年度計畫內容

A. 十大鍋烤店家票選活動

延續歷屆辦理「十大鍋烤店家票選」，包含火鍋、燒烤之品牌店家，巷弄美食組及蔬食組等五大類別，兼顧市場主流與多元飲食需求，擴大店家參與層面。

B. 就是愛鍋烤徵件競賽

分為民眾組與店家組，鼓勵透過音樂、文字或創意內容分享鍋烤體驗，展現臺中獨特的鍋烤文化魅力。

C. 整合行銷與媒體宣傳

採跨平台整合策略，結合主流媒體、數位平台及官方社群推廣，活動期間同步發布新聞稿，有效提升宣傳效益。

(6) 115 年度預期成果及效益

A. 促進產業發展與消費動能

透過票選活動與徵件競賽，預期吸引鍋烤相關店家參與，吸引民眾到店消費，帶動夏季來客數與營業額成長，進一步提升本市餐飲產業的競爭力。

B. 強化市民參與與活動黏著度

結合線上票選、徵件競賽及社群擴散機制，並提供 300 組萬元鍋烤券、汽車等多項好禮，促進市民互動與參與。活動投票數預期吸引突破 560 萬張，以強化活動黏著度與擴散效益。

C. 擴大城市品牌影響力

透過持續辦理具指標性的美食節慶活動，深化「臺中鍋烤之都」品牌形象，提升臺中在全國美食市場的辨識度與話題性。

3. 115 年度臺中購物節

(1) 計畫緣起與目的

延續前七屆活動，熱度不斷提升，結合商圈店家、市場與夜市(攤集區)、百工百業等資源及促銷優惠，帶動周邊經濟效益，展現本市商業豐富多元的風貌，目標推動全市店家參與，並形塑購物節平台、串聯各大產業、商業公協會，並鼓勵全市店家積極提出消費優惠，營造全城 on sale 氛圍，吸引全國民眾至本市消費，持續擴大國際行銷推廣，吸引外國旅客參與，由香港、新加坡、日本、韓國等地區及國家旅客為主、持續推廣至歐美、世界各地，公私協力打造「臺中購物節」品牌躋身國際城市消費盛典。

(2) 計畫期程

115 年 1 月 1 日至 115 年 12 月 31 日。

(3) 經費來源及金額

A. 是否為延續性計畫：是。

B. 預算金額：新臺幣 5,061 萬元。

(4) 114 年度執行成效

A. 執行成果

(A) 活動於 114 年 10 月 24 日正式起跑，透過超過 300 萬人次下載的 TCPASS APP 作為主要平台，廣邀店家提供優惠並募集民眾參與，活動期間，民眾只要在設籍

本市的店家消費並於 APP 登錄發票或收據，每累積滿 500 元即可獲得一組抽獎序號，參加包含天天抽 3,000 元、週週抽 10 萬元、月月抽百萬、隔週抽汽車及壓軸抽好宅等豐富獎項，搭配「就是愛購物徵件競賽」及「週末巡迴抽獎」等周邊活動，藉此全城刺激消費，提升商機與店家營業額。

- (B) 邀請歐盟、法國、芬蘭、捷克、菲律賓及印尼駐臺代表共同拍攝 CF 宣傳影片，並提供多國機票獎項及外籍人士專屬抽 3 組 1 萬美金，進一步提升外籍人士參與率，強化城市品牌文化的國際能見度。
- (C) 活動消費登錄金額從首屆（2019）的新臺幣 25.6 億元，第二屆（2020 年）增長至 90.34 億元，第三屆（2021 年）更跳躍式成長至 290.7 億元，於第四屆（2022 年）創下 358 億元紀錄後，自 2023 年（第五屆）開始，積極採納各方建議排除房地產消費登錄，在排除房地產數據後，第五、六屆仍展現強勁消費力，分別達成 328.2 億元與 353.5 億元的亮眼成績，並於第七屆（2025 年）再創新高，活動開跑僅 23 天登錄即破百億，最終登錄總金額突破 374 億元，刷新歷屆紀錄，帶動全國總體經濟產值從 2020 年的 175 億元，增長至 2025 年的超過新臺幣 760 億元。
- (D) 總參與店家達 26 萬、優惠店家突破 2 萬家，推出「滿千折百」、「買一送一」及「消費滿額贈好禮」等優惠逾 3 萬項！
- (E) 活動屢獲國際級大獎肯定，包含我國「國家產業創新獎」最高榮譽肯定及多項國際殊榮，如美國「泰坦創新大獎」最高榮譽白金獎、2020 年全球 ICT 卓越獎 (WITSA Global ICT Excellence Award) 首獎、2023 WITSA 國際資通訊獎中的「傑出公眾合作服務獎」、

ASOCIO 亞太資通訊科技應用獎中的「數位轉型獎」、
2024 Go Smart 首獎，以及 2024 亞太永續行動獎。

(F) APP 提供 6 國語言下載超過 310 萬次，網路聲量六都
第一！

(G) 9 成民眾對活動表示滿意，其中 7 成 5 受訪者因購物
節產生特定消費，印證其活絡地方經濟的強大動能！

B. 成果照片



盧市長與六國駐臺代表出席
起跑記者會-



駐臺代表參與 2025 臺中購物節
形象影片拍攝



就是愛購物徵件競賽首度由
舞臺劇奪得冠軍



宮崎縣政府代表參加 2025 臺中購
物節宮崎日活動



鄭副市長出席長億夜市
抽汽車活動



首位外籍人士專屬抽得主受訪



豐原萬聖節首抽活動



與馬尼拉駐臺辦事處合作辦理
菲律賓聖誕節機票加碼抽活動



黃副市長出席馬紹爾機票
加碼抽活動



黃秘書長出席破百億
加碼抽記者會



市長出席破兩百億加碼抽活動



山城 GOGOGO 商圈活動抽獎活動



副市長出席破三百億加碼抽活動



百工百業博覽會抽獎活動



原流市集加碼抽活動

與潮玩市集合作辦理抽獎活動

(5) 115 年度計畫內容

- A. 透過超過 300 萬人次下載的「台中通(TCPASS)」為店家推廣及民眾參與平台，全城參與、募集優惠及合作店家，走到哪優惠到哪，持續以天天抽 3,000、週週抽 10 萬、月月抽百萬、隔週抽汽車、壓軸抽好宅，以及加碼抽現金及精美好禮獎項，提升活動吸引力，另規劃就是愛購物徵件競賽、山海屯城周末巡迴抽獎等周邊活動，帶動活動熱度、刺激消費、提升商機及店家營業額。
- B. 活動期間於設籍本市開立發票店家或合作收據店家消費，於「台中通 TCPASS」登錄發票或收據消費金額，每累積滿 500 元系統自動提供 1 組抽獎號碼，民眾即可憑抽獎序號參加天天抽、週週抽、月月抽與壓軸抽活動。
- C. 透過城市形象影片、市政新聞、海報、文宣品及各式海內外線上、實體宣傳管道推廣臺中城市品牌。

(6) 115 年度預期成果及效益

- A. 透過「挹資源、促消費、齊加碼」對策，激活百工百業與微型經濟，打造城市品牌，串聯年度各項重大活動、賽事，以「慶典經濟」促進消費，刺激經濟發展。
- B. 預估消費登錄金額突破新臺幣 300 億元、創造全國經濟產值超過新臺幣 700 億元，台中通 TCPASS 下載數超過 310 萬次，外籍下載超過 106 個國家地區，優惠店家突破 2.5 萬家，外縣市登錄金額突破新臺幣 60 億元。

(三) 辦理 114 年度振興經濟節慶計畫-獎勵 114 年度物調券、鍋烤節暨臺中購物節等計畫相關推廣暨獎補助計畫符合資格民眾

1. 114 年度臺中購物節

(1) 計畫期程

115 年 1 月 1 日至 115 年 6 月 30 日。

(2) 經費來源及金額

A. 是否為延續性計畫：是。

B. 預算金額：新臺幣 1,358 萬元。

(114 年度辦理「臺中購物節」分年編列之獎金)

(四) 辦理 115 年度振興經濟節慶計畫-獎勵 115 年度物調券、鍋烤節暨臺中購物節等計畫相關推廣暨獎補助計畫符合資格民眾(總經費新臺幣 2 億 9,092 萬元，其中物調券新臺幣 7,000 萬元、臺中購物節新臺幣 2 億 2,092 萬元)。

1. 115 年度物調券

(1) 計畫期程

115 年 1 月 1 日至 115 年 12 月 31 日。

(2) 經費來源及金額

A. 是否為延續性計畫：是。

B. 預算金額：新臺幣 7,000 萬元。

(115 年度辦理「物調券」獎補助費)

2. 115 年度臺中購物節

(1) 計畫期程

115 年 1 月 1 日至 12 月 31 日。

(2) 經費來源及金額

A. 是否為延續性計畫：是。

B. 經費來源：本府自籌款。金額：新臺幣 2 億 2,092 萬元。

(115 年度辦理「臺中購物節」獎金)

三、小結

為活絡庶民經濟，本府成功運用「臺中購物節」、「物調券」和「臺中鍋烤節」等慶典活動，有效帶動消費人潮，提升城市整體能見度。同時，也積極拓展國際交流，結合城市行銷策略，邀請外國駐臺代表拍攝宣傳影片，藉由美食特色行銷臺中，吸引國際遊客造訪。這些活動透過駐臺辦事處社群與領事館宣傳，成功帶動百工百業經濟成長與觀光人潮，深化國際交流，將臺中打造為文化與經濟交流的重要舞臺。

經發局推動之振興經濟節慶計畫皆以協助本市產業穩健發展、提升城市競爭力與促進民生經濟為主要方向，不僅有效挹注商圈、市場與夜市經濟動能，更形成城市品牌長期累積效益。相關措施具延續性與整體性，為確保計畫得以順利銜接，懇請議員女士、先生支持恢復115年度凍結預算之動支。若能同意解除預算凍結，經發局將強化執行績效與成效展現，持續精進政策工具，確保資源發揮最大效益，穩固庶民經濟基礎，提升城市整體競爭實力。

農業局專案報告

參、農業局專案報告

一、前言

本府於 107 年因應世界花卉博覽會「花現 GNP：自然怡人新花都」主題，在外埔園區建置「智農館」及「樂農館」等永久展館，展出農業未來發展及食安知識等議題。嗣於 108 年推動「臺中市外埔區農創園區營運移轉 OT 案」(下稱外埔 OT 案)，以活化園區資源，並於 110 年 12 月 17 日與泰迪天地股份有限公司(下稱泰迪公司)簽約推動「小熊藝術村農創園區」。惟該案已於 113 年 5 月 17 日終止契約，自 114 年 1 月 1 日起由本局接手維護管理，並依據促進民間參與公共建設法第 46 條及相關辦法，採民間自行規劃申請參與公共建設辦理 ROT 案(下稱外埔 ROT 案)。

依據行政院核定之「臺中市翡翠區域農業加值推動計畫」(下稱翡翠計畫)，外埔園區定位為「農創園區」，本局於 108 年推動外埔 ROT 案時，為利招商活化，將園區定位為以農業多元發展為政策目標，並聚焦於「智慧農業、農業休閒、農產品加工、農產品行銷」等項目。故現行推動外埔 ROT 案延續外埔 OT 案之政策目標，外埔 ROT 案申請人仍應至少提出上述四項方向之一作為規劃，並作為營運核心。此外，外埔園區係由國有財產署依翡翠計畫無償撥用予本府作為花博及展後營運使用，故後續開發應符合該計畫及相關開發、興辦事業計畫與使用執照等規定用途。

外埔 ROT 案已於 114 年 12 月 29 日公告政策徵求申請人提出可行性評估報告，收件截止日期為 115 年 3 月 16 日。後續將進行可行性評估審查及核定(含公聽會)，預計於 115 年 7 月底前完成。

本局委由顧問公司協助推動外埔 ROT 案專業服務，迄今已接洽卡 O 草莓園、嘟 O 房、寶 O 開發、源 O 集團、酶 O 研醇與金 O 菜等 6 家潛在廠商，故為未來順利與民間機構完成資產移轉，委外前應編列基本必要性預算。至於外埔 OT 案民間機構尚應負擔懲罰性違約金及待修繕建物設施(備)等金額，本局已主張

求償，惟於財政部調解會議中未能取得共識，將由本局主動提起訴訟，故應編列相關訴訟費用，以資因應。

二、辦理臺中花博外埔園區維護管理及促進民間參與公共建設費用之必要性說明

針對預算書第 10210-94 頁「辦理臺中花博外埔園區維護管理及促進民間參與公共建設費用」預算數新臺幣(下同)200 萬元，相關編列經費旨在因應外埔 ROT 案政策推動及 OT 案履約爭議處理，確保園區資產盤點移轉作業完整，並妥善釐清公私部門間財產權責，維護公共資產管理效能，進而促進民間參與公共建設。相關預算項目說明如下：

(一) 外埔 ROT 案之園區資產總檢查及移轉盤點造冊，俾利完備產權移轉予民間機構(85萬元)：

外埔 ROT 案目前正進行政策公告，並規劃於115年發布招商公告。為確保後續委外移轉作業順利，本局將委託專業廠商辦理園區資產及植栽之盤點與清查，建立完整基準清單，以利民間機構接手管理。

園區面積達16.1公頃，涵蓋建築物、機電設施及各類物品，公有財產項目逾千筆；同時具備豐富植物生態，包括1,895棵喬木、5,317平方米灌木及1,291平方米水生植物。為落實法定審計規範並明確產權界線，必須透過系統化的產籍清查，確保動產與設備帳物相符，符合公有財產管理法令，並作為資產移轉的精確依據。詳實造冊不僅能釐清公私部門間的財產權責，避免法律爭議。

在盤點過程中，亦將同步確認設備堪用性，並執行機械設備的全面功能測試。若於檢測階段發現障礙，需即時編列經費進行維修排除，方能完成測試。此舉可確保移轉時設備狀態明確，釐清損壞責任歸屬，避免民間機構接手後因設備失能導致公共服務中斷或履約爭議，達成產權清晰與運作無虞之目標。

此外，園區植栽資產亦須精確盤點。透過專業廠商掌握喬灌木種類與健康現況，不僅能作為資產移轉與履約驗收的法律依據，更可及早辨識危險林木以維護公共安全，並提供後續精準編列養護預算的基準。此舉將確保綠色公有財產在公私協力過程中不致流失或因維護不當受損，兼顧公共安全與資產價值。

(二) 釐清 OT 案履約爭議所需訴訟相關費用115萬元：

為解決 OT 案履約爭議，本局前業依投資契約規定，先行與泰迪公司辦理協調及財政部調解，但雙方對應支付金額仍未達成共識。本局將就泰迪公司應繳納之違約金、設備損壞賠償及其他未履行費用等提起訴訟。概估需編列律師費30萬元及裁判費25萬元，又因求償項目包含建物及設施修繕金額約1,000萬元及植栽補植費約280萬元，故預估訴訟鑑定費約60萬元；惟裁判費與鑑定費將依判決結果，由雙方按比例分擔。

三、小結

本局為順利推動外埔園區 ROT 案所編列的各項費用，其核心目的在於強化資產管理基礎，以確保公私協力順暢運作。透過資產與植栽的全面盤點及功能性檢測，不僅能落實公有財產管理法令的法定審計要求，釐清政府與民間機構的產權責任歸屬，更能確保園區設施狀態，降低營運風險並保障公共安全。這些基礎工作將為後續的招商、議約及績效考核，提供堅實依據，並確保外埔園區之營運規劃能延續花博效益，達成永續經營目標。