

臺中市政府第2屆青年事務諮詢委員會議題小組 就業經濟組 第4次小組會議紀錄

壹、日期/時間：112年4月22日（星期六）上午9時

貳、地點：社會創新實驗基地7樓思想廚房

參、主席：勞工局羅副局長群穆、許委員泰英（組長）

肆、出(列)席單位及人員：如簽到表

紀錄：吳瑋珍

伍、主席致詞：(略)

陸、專案報告：

一、臺中市巨蛋體育館專案報告。

(報告單位：運動局)

【委員回應】

周委員炯呈	臺中巨蛋場館預計可容納至少1萬3,000人，但停車位設置約為汽車1,500輛、機車1,800輛，車位上似有不足，是否會再另於鄰近重劃區增設停車格？避免類似洲際棒球場停車位不足的窘境，讓民眾可以安心參與巨蛋盛事。
蕭委員誠佑	臺中巨蛋未來將規劃藝文展演或是體育賽事，請問運動局在這方面是否有招標上的評估或難處？未來該場館的營運維護，是否有特定或期望的廠商限制？另招商部分是否以運動經濟的模式經營？
林委員毅展	請問臺中巨蛋在興建的過程中是否會遇到臺北巨蛋的問題，在先期規劃上有相關的預防措施？運動局是否規劃在臺中巨蛋完工後，即有國際賽事的舉行，而非在蓋好後才開始尋覓，使場館有閒置的情形？

【運動局回應】

- 一、公共建設在興建的過程中，會納入交通影響評估，臺中巨蛋之停車位已是建築法規規定數量的兩倍，另納入洲際棒球場立體停車場數量，加上14期重劃區周邊及路外停車格，各地場館經營與公共運輸之交通接駁的設立，來提供民眾往返場館之交通需求。
- 二、參考臺北市小巨蛋與高雄市漢神巨蛋的經驗，一年約有200場次的展演，近7成是以藝文表演為主；體育賽事佔3成；未來民眾參與藝文展演或賽事不用南北往返，臺中巨蛋就會是很好的選擇；我們一定會積極爭取各類型演出的團體檔期；另場館將規劃以促進民間參與公共建設之OT模式進行營運，現正就細節進行討論，未來亦將積極招商並選擇優質的團隊來經營。另有關商城規劃將異業結合

並成立特許公司來經營，期許透過是類模式永續經營巨蛋，透過活動辦理帶來大量人潮，對於商城的經營顯有助益，同時帶來大量的就業機會。

三、臺北大巨蛋有其複雜性採 BOT 方式興建，與本市巨蛋場館由市府興建移交洽民間 OT 不同，可確保施工品質並避免工期延宕。

四、目前本市持續進行國際賽事的引進，未來搭配本案場館建置，將更能吸引更多知名賽事在本市舉辦。

二、臺中捷運藍線專案報告。

(報告單位：交通局)

【委員回應】

黃委員喬翌	依市府報告顯示，臺中捷運藍線將以民國 140 年為目標，現行本市是否有研擬輕軌來取代捷運的路線？另請問紅線與橘線是否有其他規劃？
賴委員建宏	臺灣大道作為本市的主幹道，其包含汽機車與公車道，部分路段常出現公車切換道路並與機車或行人爭道的險境，車禍在該路段亦時常發生，另上下班期間的高運載量，例如臺中工業區直至中科或精科常為壅塞狀態，且部分路段臨近區域並無有效的替代道路，或是替代道路不足以疏通車流量，若進行交通工程，要如何因應交通黑暗期？

【交通局回應】

一、有關捷運藍線規劃目標為 140 年，並非是 140 年完工，而是指捷運完工後經歷通車營運與成長期，達到評估運量之時間約為民國 140 年；本市在大眾運輸規劃上，係透過檢視該路線尖峰小時之站間運量，並以運量高峰段作為考量，經計算以市政府到秋紅谷間的運量為最大，因此規劃合適系統來服務需求運量；而輕軌列車容量小，較符合運量低的地區，因此無法作為解決高運量需求的運輸工具，但未來是否因應運量設置輕軌均可再依地區需求進行研擬討論。另橘線（機場線）的可行性研究報告已送交通部審查中；紅線（崇德豐原線）則進行路網規劃中。

二、道路施工一定會影響交通，交通衝擊確實無可避免，因此目前是以降低衝擊為目標進行規劃，以臺北市興建捷運的經驗舉例，民眾確實需要去適應因應建設而改道的情形。目前規劃藍線市區地下段將採用潛盾施工法，捷運車站的部分則採明挖覆蓋方式施工，該路段會採取分階段施工，搭配分隔島與車道調整以舒緩交通衝擊，各路段的交通替代方案仍在研擬階段，委員的意見均是我們納入討論的重點，替代道路屆時也會依施工期程公告，以利民眾因應與準備。

三、臺中親子館未來規劃專案報告

(報告單位：社會局)

【委員回應】

林委員毅展	親子館多半位於臺中市(舊市區)的周圍，市區地狹人稠，停車不易，是否會就現行的場館改善周邊停車問題？西屯區為本市發展重鎮，原市府承諾西屯親子館在 111 年完工，後改為今年完工，是否有確定期程？有關本市親子館或親子中心辦理的活動，是否有平台整合所有活動可以提供家長一覽，並有單一報名窗口可受理？另外民營的親子場館是否可以進入該系統併用？
-------	---

【社會局回應】

- 一、親子館係以本市現有閒置空間進行裝修，裝修期間均投入相當的人力經費，因場館設立不易，故現階段不會有遷址的規劃，但在館址的選擇上，我們會盡量以交通便利、可安全接送的地點為主，並結合交通局就鄰近路段規劃車位停放區域。
- 二、西屯親子館位於何厝公有市場，該場域同時設立公設民營托嬰中心，目前已完成第一階段裝修，其建物本體老舊，雖適用舊法規，但因應親子館、托嬰中心設立應符甲類消防安全設備設置標準、F3 類建築物類、身障法等新法規範，本場館在法規適用與檢討上花費較多時間，並增加經費去完善相關安全設施設備，預計今年 7 月完工，10 月開辦。
- 三、有關親子館的報名系統，現行已有「臺中市育兒資源網」，該平台內含本市 12 間親子館之館舍與活動報名資訊，家長僅需註冊一次，即可進入一覽所有親子館的課程與活動並進行報名；本市育兒資源網係以推展多項措施，以支持更多學齡前家庭照顧幼兒，該系統的工作人員皆為育兒相關專業背景者，與民營親子場館例如騎士堡之定位不同，故暫無規劃將民營單位納入育兒資源網運作，但若業者願意提供資訊，該系統可以協助將活動訊息公告或宣導。

柒、提案討論與建議：

案由一：建請市府跨局處全面審視「臺中購物節」應如何對應聯合國永續發展指標（SDGs，或相關指標）並提出相關策略，發揮政策引導消費的效果，加深加廣臺中購物節對城市發展之正面意義與影響力，並於 2024 年臺中購物節中落實，提請 討論。。

（提案人：張委員嘉純、蕭委員誠佑(都發組)）

提案說明與辦法：略。

【委員回應】

張委員嘉純	有關經發局所提臺中購物節 APP 系統開發，其上線前 2 個月如何執行認列名單篩選並進行系統壓力測試？占用經費比例？
蕭委員誠佑	創造消費是 0 到 1 的過程，但本案想討論的是就消費習慣再創造其他的價值，現行經發局規劃以加碼抽或專屬抽的方式，等同消費者可遵循原有的消費習慣，但我想訴求的是改變消費的習慣，本案建議可參考環保署的綠色消費，透過選購環境友善之綠色商品及服務，並透過環保集點制度，取得實質回饋獎勵，套用到臺中購物節，可藉由認列品項或想推廣的項目來影響消費行為，例如使用環保杯就可以認列環保的發票品項；另外，想請問是否規劃相關措施以提升電子發票或雲端發票的使用率？另外在特定主題－專屬抽的店家選擇種類與規劃細節、期程為何？
呂委員子譽	經檢視臺中購物節 APP，有以下幾點建議，包含店家僅有聯絡資訊不夠完整，沒有其他吸引消費者的畫面與訊息呈現、透過關鍵字進行類別篩選，不太確定是否可完整呈現所有對應店家，同步呈現該店家與消費者的距離，建議可參考 Uber Eats 的 APP 搜尋模式來規劃，以提升使用者對店家消費的意願與好感度。
林委員毅展	針對本市各商圈與臺中購物節是否有整合與促進規劃？ 臺中購物節 APP 現由數位治理局規劃，APP 設計有其專業，但與商業仍有距離，本活動由經發局主責，我們比較期待可以由經發局主導，呼應呂委員的建議，就商業的角度串聯商家聲量或網站介紹，以強化 APP 的豐富性，提升消費者的使用度。

【經濟發展局回應】

- 一、有關認列店家名單均經相關單位篩選評估；另臺中購物節 APP 則請本府數位治理局進行開發，透過多方設計讓該 APP 系統更加貼近人性使用，並通過壓力測試，該局專業人力資源充足，而本局在編列臺中購物節相關經費亦足以支應；公益專屬抽的規畫將隨加入本活動的廠商數量而有所調整，惟確定的施行方案屆時將更新公告。
- 二、有關電子發票係由國稅局主責，在臺中購物節期間亦積極推廣，以提升使用雲端發票的人數，倘有綁定 APP，消費之際即轉入雲端發票系統，同時我們也簡化 APP 的登入頁面並強化 Qrcode 的掃描精確度，以提升消費者使用電子發票的便利性。而有關特定商家或商品類別認列，考量諸多店家營業登記的項目眾多，且與實際經營販售的商品有所出入，若以統一編號進行認列剔除，有可能造成消費者無法於 APP 計入臺中購物節期間之消費金額；另外，有些發票開立並未登載細項，因此就商品品項做認列確實有其困難度。另外，無需開立發票的小店家，如性質合宜參與購物節，只要經過機關適當篩選、推薦名單均會納入，例如勞工局所提的青創店家。目前本活動期程，5 月發包，7、8 月開始執行，10 月辦理。
- 三、感謝委員就 APP 使用提出建議，相關細節將再與數位治理局討論，以提供消費者在使用 APP 時便於點選與閱覽店家訊息。
- 四、臺中購物節 APP 去年下載量達 184 萬人次，盧市長認為該平台應充分運用，因此未來將規畫納入本市辦理的所有活動訊息與計畫推廣，透過數位治理局擴大其 APP 的應用，以利行銷臺中；就商業的部分，本局會就改善項目轉化為需求，持續與數位治理局溝通，以完善該 APP 的呈現。另外在商圈結合方面，預計於 9 月辦理購物節商圈熱身活動，聯合商圈特色來為購物節做暖場，考量商圈特色與原有的活動辦理期程不同，合作細節將與各商圈進行協調，以盡量滿足店家的期待。

決議：有關臺中購物節的執行細節與 APP 設計規劃，後續本組委員將擇日拜訪經濟發展局及數位治理局就該議題進行討論。

案由二：臺中市藝文演出產業發展及促進。

(提案人：許委員泰英)

提案說明與辦法：略。

【提案委員補充】

許委員泰英	繼阿拉夜店大火後，本市的音樂酒吧銷聲匿跡，本議題涉及土地使用管制、建築管理、消防、稅務、衛生等相關法規，故希望透過本次討論了解市府對本案的想法。
-------	--

【委員回應】

賴委員建宏	本案主訴藝文產業在臺中是否有經濟收入與存活機會；另一個則是本市是否有一個合法的藝文展演場域？本市對於藝文表演場域的規範非常嚴格，各機關對店家頻繁查核與管制使業者生存不易，長期下來，市府與民間業者在這個區塊似乎沒有討論的彈性，以臺北市的民歌餐廳或秀場為例，即使出過幾次意外，至今仍屹立不搖。另本市辦理的爵士音樂節所聘請演出的團體，大部分為外縣市或國外的表演者實為可惜，建議市府能大力扶植在地表演工作者，提供其表演空間場域。
-------	--

【文化局回應】

1. 經查本市立案演藝團體為 759 團，其中音樂類團體為 393 團，比例超過 50%且與其他縣市相比較高，係因本市推廣音樂表演多年，且針對傑出演藝團體挹注高額經費，促使在地團體願意立案以得到更多演出機會。另外，在藝文產業的細緻面上，本府亦提供許多管道以鼓勵該產業的發展，例如 TCOB 臺中原創在地品牌，該計畫打造臺中在地文創產業品牌，透過該專案提供年輕人品牌發光並進行產品銷售；另就視覺藝術部分，鼓勵在地年輕學子提出優秀作品參與競賽，並提供高額獎金，除了在大墩文化中心展出，今年度起也洽談在本市 6 間畫廊展出，協助該作品有更多的展示機會。
2. 就爵士音樂節的部分，為讓民眾了解臺中爵士音樂與樂器產業之文化脈絡，臺中樂器節於去年起即規劃固定於爵士音樂節前一周辦理，結合樂器市集、體驗課程、音樂競賽等活動，促進樂器產業發展，同時請各區公所於逍遙音樂町活動提案，鼓勵安排爵士音樂於各區演出。爵士音樂節辦理至今，已成為本市的文化品牌，透過該品牌得以與國際接軌，除了國內外樂團，今年度本局也邀請在地樂團參與演出，同時與相關單位洽談合作，結合臺中購物節並持續新增友好店家的數量，透過異業結盟的方式串聯音樂產業並促進經濟發展。

【委員回應】

許委員泰英	本案所涉機關眾多，包含經發局、建管處、都發局、消防局、文化局、衛生局、新聞局等單位，期待可以透過討論，為本市的表演藝術工作者謀得更多的發展性，建議送青諮會大會進行討論。
-------	--

賴委員建宏	<p>經過機關的說明，可以理解本市提供諸多優惠的補助條件，故能促使演藝工作者於本市立案。為此想再補充說明，本市在藝文資源分配上，似較為重視裝置、平面或可商品化宣傳設計等靜態藝術，使表演藝術者屈居弱勢，本市並未提供多元空間供其辦理專場表演，在地獨立音樂活動辦理次數更是低於其他縣市，使本市樂手樂團苦無表演平台。</p> <p>另雖透過辦理爵士音樂節與國際接軌，並使市民在音樂欣賞素養上有所提升，但市府在放眼國際後，應回頭扶植在地音樂團體踏上該舞台，若本市挹注許多資源給在地演藝團體，但該團體卻選擇在外縣市展演實為可惜，建議可再結合各機關，規劃以臺中在地樂團為主的獨立音樂祭/節，或是扶植在地樂團走入爵士音樂節等國際性活動。故本案建議拆成兩個提案送大會討論，一是就表演場域進行討論；二是針對臺中在地表演團體的扶植策略規劃與作為。</p>
蕭委員誠佑	<p>建議臺中巨蛋的藝文展演或本市重要活動，可選擇邀請臺中在地的表演團體演出，並提供友善展演條件，以培力扶植在地團體知名度並得以延續與發展。</p>
林委員毅展	<p>不論是地下樂團還是合法樂團，盤點臺中可供樂團展演的場地真的非常少，過往臺中有個獨立音樂空間叫作佬諾，提供當時許多樂團樂手得以展演；逢甲亦有迴響音樂藝文展演空間，但在營運維持實為不易，剩餘的展演空間似乎就剩西屯區的 legacy 較為知名，源自於本市對於該產業發展的法規規定嚴格，使得業者經營困難，相對壓縮表演者的曝光，同時無法培養在地的粉絲，因此建議市府可以規劃多元場域或室內空間，以提供表演工作者穩定的展演場域。</p>

決議：本案經委員投票決議送第 2 屆青年事務諮詢委員會第 4 次會議提案討論，惟提案所涉範疇太廣，宜依討論方向調整案由。

捌、臨時動議：無。

玖、散會：12 時 00 分。