

原住民族委員會

原住民族經濟產業發展 4 年計畫

(107 年至 110 年)

(核定本)



原住民族委員會
COUNCIL OF INDIGENOUS PEOPLES

106 年 8 月

核定文號：行政院 106 年 8 月 17 日院臺原字第 1060027055 號函

目 錄

壹、計畫緣起	1
一、依據	1
二、未來環境預測	1
三、問題評析	4
四、社會參與及政策溝通情形	7
貳、計畫目標	9
一、目標說明	9
二、達成目標之限制	10
三、績效指標、衡量標準及目標值	13
參、現行相關政策及方案之檢討	15
一、現行相關政策概述	15
二、各分項計畫執行概況與檢討	16
三、現行政策整體檢討	29
肆、執行策略及方法	32
一、主要工作項目	32
二、分期（年）執行策略	55
三、執行步驟（方法）與分工	57
伍、期程與資源需求	60
一、計畫期程	60
二、所需資源說明	60
三、經費來源及計算基準	60
四、分年經費需求	63
陸、預期效果及影響	64
一、預期效果	64
二、計畫影響	65
柒、財務計畫	67
一、經濟效益基本參數假設	67
二、評估方法	67
三、成本與效益	70
捌、附則	77
一、替選方案之分析及評估	77
二、有關機關配合事項	77
中長程個案計畫自評檢核表.....	78
中長程個案計畫性別影響評估檢視表.....	80

壹、計畫緣起

一、依據

- (一) 憲法增修條文第十條第十二項規定：國家應依民族意願，保障原住民族之地位及政治參與，並對其教育文化、交通水利、衛生醫療、經濟土地及社會福利事業予以保障並促其發展。
- (二) 「原住民族基本法」第十四條規定：政府應依原住民族意願及環境資源特性，策訂原住民族經濟政策，並輔導自然資源之保育及利用，發展其經濟產業。
- (三) 聯合國西元 2007 年通過《聯合國原住民族權利宣言》：原住民族可以根據自身的期望和需求實現發展的權利，並與其他政治、社會、經濟和文化權利建立聯繫。
- (四) 原住民族委員會組織條例第二條第五項：掌理原住民族經濟、觀光、產業、金融服務、住宅、原住民族地區部落基礎建設與傳統智慧創作保護之規劃、協調及推動、原住民族綜合發展基金之規劃、管理及輔導。
- (五) 105 年蔡英文總統原住民族政策具體主張：強化都市原住民與原鄉間的支持網絡，創造其公平發展機會；開創永續的原住民族經濟發展，保護原住民族傳統知識及基於文化的經濟機會和活動，獎勵部落透過內部治理機制建立文化經濟自治體，發展地方文創與生態旅遊等產業模式，恢復部落分享互助經濟；採取金融政策手段，協助發展原住民族各項產業及事業。活化原住民族綜合發展基金，建構符合原住民族需求的融資貸款及微型保險機制；增進都市原住民族社會資本，建立城鄉產業連結，促進就業機會，協助經濟發展。

二、未來環境預測

- (一) 國際趨勢下對原住民族各種權利發展的保障日趨重要

西元 2007 年 9 月 13 日聯合國大會通過《聯合國原住民族權利宣言》是闡明原住民族權利的國際法律文書，原住民族可以根據自身的期望和需求實現發展的權利，並與其他政治、社會、經濟和文化權利建立聯繫。我國政府尊重並承認依其精神制定相關法律、政策和其他措施，藉此呼應並擘劃原住民族政策目標：經濟可行性、社會包容性、環境平衡性和文化多元性，其中「經濟可能性」在於創造有利於原住民族的產業經濟政策環境，促進其經濟發展，明確主張政府負擔保障原住民族產業發展與就業輔導之責。

因應國際間經貿整合與互惠原則，各國相繼採取開放、自由、整合與合作的經貿措施，這股全球化的風潮也帶來經濟全球化、政治全球化與科技全球化，然而在互動、連結與互相依賴的層面上會使「地方性」不斷的遭受侵襲與挑戰。臺灣原住民族所處之環境與文化是屬於全球化架構中的邊緣位置，面對全球化的強力衝擊，要如何落實《聯合國原住民族權利宣言》，及政府應如何依其精神主張之保障原住民族產業經濟權利，是必須因應與深究的課題。

(二) 進入全球化生產網絡，須重視在地文化特性的發展策略

為因應全球化、標準化及科技化的浪潮，原住民族必須運用其所擁有之優勢，發展具特色的在地經濟，以提升產業競爭力。運用地方的人、文、地、產、景等資源為基礎，使原住民族中、小、微型企業或社區產業發展成為具歷史性、文化性或獨特性之地方產業，即是反映全球化與在地化的雙軸發展趨勢之「在地化」呼籲，藉由對臺灣原住民族在地文化特色及傳統產業提供適度政策資源，促進地方特色發展及產業升級、累積文化涵量，進而提高經營能量，以回應高度全球化的國際競爭，並提高地方經濟效益、增加在地就業機會進而提升整體生活品質。

而要突顯全球在地化，地方文化特色型塑便尤其重要，綜觀近年原住民族文化創意產業即是由許多文化的元素所聚集而成的，包括飲食、節慶、手工藝、表演藝術、自然環境素材及農產作物等，一項成功的文化產業的發展必須要能夠儘量包括前面幾項元素，最終的目的除了提昇

地區經濟水準外，更重要的是能夠兼顧族群文化承傳及文化再認同的目標。

(三) 綠色經濟及低碳社會意識逐漸升溫，與原住民族傳統生態智慧不謀而合

在全球暖化及氣候變遷的環境影響下，國家發展委員會於104年6月9日永續發展委員會第27次委員會提出「推動綠色經濟方向與策略」之報告，將綠色經濟定義為「在環境資源限制條件下，可提高人類福祉和當代及世代公平，同時顯著降低環境風險與生態稀缺的經濟」，並提出綠色農業、混農林業、生態旅遊等政策方針，這些政策方向與原住民族長久以來與自然及土地共生共存的生態智慧不謀而合。

惟26萬公頃原住民保留地，林業用地占了三分之二的面積，使仰賴山林資源並以其為經濟活動的原住民族在土地使用上受到相關法規的限制，雖政府透過制定「原住民保留地禁伐補償及造林回饋條例」，讓基於國土保安、水源涵養，致土地使用受限制之原住民族得到補償，但思考如何在綠色經濟的條件下發展林下經濟或混林農業，或許是政府兼顧環境永續及經濟發展下一步積極作為。

(四) 農林漁牧業生產人口降低，糧食自給率顯難提升，須結合科技提高產值及產能

農林漁牧是關乎人類生存的基礎產業，而原住民族傳統社會主要經濟活動也以農林漁牧業為主，但長期以來臺灣整體一級產業發展愈趨式微，以歷年原住民族就業狀況調查結果分析，原住民族就業者在93年以前從事農林漁牧業者(18%)仍高於製造業者(15%)及營造業者(13%)，但自95年起從事營造業者(18.3%)首度超越從事農林漁牧業者(15.7%)，且從事製造業者亦與從事農林漁牧業者比例相當，爾後，農林漁牧業者從業人口與營造業者及製造業者之從業人口比例差距逐漸拉大，以104年就業狀況調查結果觀察，營造業者占18.42%、製造業者占16.37%，農林漁牧業者占10.30%，已與住宿及餐飲業者10.16%相當，且農林漁牧業者超過半數仍僅從事基礎生產。

另外，我國糧食自給率近 15 年來維持在三成左右，僅 103 年上升至 34%，104 年又回跌至 31%，顯示農林漁牧業仍有發展空間，且結合科技及創意加值，可創造原住民族青年新興產業發展契機。

(五) 原住民族人口近五成設籍都會區，以強化都市與原鄉鍊結之手段創造青壯人口返鄉就（創）業之可能性

受臺灣社會工業化與都市化脈動的影響，自 60 年代開始形成所謂的「都市原住民」，截至 105 年 5 月底已有約 46.21%（253,745 人）原住民族人口設籍在非原住民族地區，加上未設籍之人口，將超過半數之全體原住民族人口數（549,127 人）。

人口的外流勢必造成當地人口結構的改變，尤其是原鄉區域外流的人口多為教育程度較高的青壯人口，不僅會造成原鄉區域的人口老化，更會影響原鄉區域人力資本的流失與下降，缺少青壯年從事部落發展與文化傳承之事務。揆諸國際當前主流經濟發展型態中，「文化創意」係全球最具潛力之產業型態之一，亦屬我國經濟發展政策之重要標的，惟人力資源係經濟產業發展之關鍵，部落產業之空洞化及經濟凋零，迫使青壯人口必須離鄉工作以求溫飽，人口外流深化原鄉經濟業人才之斷層，使城鄉產業鍊結之價值體系難以維繫。因此，重視都市原住民族主體性的建構，深化都市與原鄉間的產業鍊結關係，更有系統地建立社會支持系統或累積集體社會資本將日趨重要。

三、 問題評析

(一) 應蒐集及分析經濟產業現況，以確立發展方針

掌握產業發展現況，須從基礎資料建立著手，從基礎資料分析，才得以制定有效且有用的政策，因此，本會於 102 年配合行政院政策於政府資料開放平臺（DATA.GOV.TW）建置原住民族產業相關資訊，但各類產業皆有各目的事業主管機關，本會在資料蒐集及更新時，多有賴人工建檔，在資訊化的時代裡，無法有效掌握變化的脈動，因此，建立一個可即時更新的系統資料庫是本會一直努力的施政方向之一。

除了資料蒐集，如何分析及利用蒐集來的資料更為重要，因此，籌組原住民族經濟產業政策智庫協助本會分析及利用資訊，一方面導入更多人才在兼顧經濟發展及文化永續的基礎上貢獻智慧及經驗，一方面協助本會發掘問題、進而建構優質的經濟產業發展方針更是刻不容緩的事情。

(二) 應根著人才挖掘及培養，以創造經濟產業發展動能

在政府相關部門積極投入地方產業發展資源的同時，原住民族經濟產業人才短缺問題更為突顯，人才短缺原因或可概分相關背景人才無媒合管道，及人才尚待培育等二面向。

依 103 學年度原住民族教育調查統計顯示，大專校院原住民族學生就讀人數計 26,927 人，其中就讀學門類別比例占前 5 名分別為民生學門（如餐旅服務、觀光休閒、生活應用科學、服飾、美容等）占 20.74%、醫藥衛生學門（如醫學、公共衛生、藥學、營養學、護理學等）占 16.10%、商業及管理學門（如商學、貿易學、財務金融、企業管理等）占 12.59%、工程學門（如電資、機械、土木等）占 8.52%、人文學門（如語文、哲學、人類學、歷史等）占 7.84%，以就讀人數觀察，已較 10 年前成倍數成長，以就讀學門觀察，亦培養為數不少相關背景人才，如何使之與原住民族經濟產業發生關聯，是下一階段應著力的重點工作。

(三) 應結合在地人文地產景，以型塑經濟產業發展品牌

Bernstein (2003) 認為品牌等於產品加上價值，品牌由實體的部份與心理的部份組合而成。實體部分確保品牌名稱與產品聯繫起來，且和其他產品有所區別；心理部分則確保產品在溝通、保證和行為能夠一致、連貫及符合特性。

本計畫於第一期 4 年（103 年至 106 年）計畫即致力於品牌型塑，期能創造原住民族經濟產業特色及市場區隔，但同時，持續將原住民族獨特的傳統知識與智慧導入到原住民族產品及服務中，深化產品及服務背後的文化故事，讓文化得以藉由經濟產業推展繼續傳遞外，也必須提升

產品及服務的品質，讓原住民族經濟產業品牌即等同於品質保證。

(四) 應連結資通訊科技應用，以加深發展面向廣度

本計畫第一期 4 年（103 年至 106 年）計畫，重點放在發展 22 處原住民族產業示範區，以特色農業、文化創意產業、生態旅遊產業及部落溫泉產業為主軸，初步已形成一定的產業發展基礎，但在輔導推動的過程中發現，現今經濟產業發展已非靠單一類型產業即可永續經營，農業常需靠旅遊策略導入消費人口、文創產業常需輔以資訊科技延伸產品品項及服務面向。

行政院 99 年 2 月 22 日核定之「國土空間發展策略計畫」即提出，應用資通訊科技技術(Information and Communications Technology, ICT)，讓資訊及知識傳播更快，對人類的經濟、社會、文化與空間發展均產生革命性的影響，並且改變人們的行為與生活模式，彈性化、虛擬化與個人化工作及生活模式應運而生，除影響生活與產業發展，網路虛擬市場的蓬勃發展，也改變傳統商業交流模式並促進就業選擇多元化。有鑒於此，原住民族經濟產業應順應時勢，結合科技運用，加深發展面向及廣度。

(五) 應強化資金投融资管道，以建全商業模式結構

原住民族經濟產業接觸商業市場較晚，多屬小規模經營、自產自銷模式，對於市場運作機制較不熟稔，本計畫第一期 4 年（103 年至 106 年）計畫首次以投資概念推動「臺灣原住民族精實創業輔導計畫」，挹注創業資金及導入輔導資源，惟如何持續深化商業模式運作是本會下一步仍需積極推動的工作。

所謂「商業模式」可以定義是一種思維模式，從外部對上下游的價值鏈定位，到內部優勢，切割出自身市場與競爭策略，並且能夠有營收與獲利的結果 (Chesbrough & Rosenbloom, 2002)。而資金對於新創事業的發展，具有至關重大的影響，對新創事業來說，資金大多都是以「投資 (Investment)」的形式存在，融資也是獲取資金的一環，但就新創事

業發展觀點，資金的角色以投資為主，融資獲取的難度，在越早期對新創事業越困難（胡秋江等，2014），因此，政府在事業草創初期扮演投資角色，應有助於原住民族相關業者站穩腳步，建立屬於自身獨特的商業模式。

（六）應建立都會及原鄉鍊結，以拓展產品市場通路

自 81 年度起，內政部為統一規劃臺灣省、臺北市、高雄市各地區都市原住民之各項生活輔導工作，特制訂第一期「都市原住民生活輔導計畫」，隨著都市原住民人口數的持續增加，賡續辦理至今由本會執行第五期「都市原住民族發展計畫」，然以往「都市原住民族發展計畫」在經濟產業發展面向，僅為補助地方政府辦理「扶植原住民拓展經濟事業及推動原住民專案貸款」1 項，未有其他積極作為。

鑑於近年來原住民族地區族人所生產之產品或服務品質逐漸提升，但銷售通路除靠導入遊客地產地銷方式，及於臺北華山文化創意園區設置之原住民族產品拓銷據點外，尚未於其他都會地區建構拓銷通路。以 105 年 9 月份各縣市人口統計數據觀察，全國有將近 6 成人口設籍於六都，都會地區消費市場遠較原住民族地區龐大，資訊傳遞及科技運用亦較原住民族地區快速及發達，如何讓原鄉生產的產品與市場接軌，並結合都會地區族人資訊及科技運用之專長，提升及拓展市場通路，是亟待解決的問題。

四、社會參與及政策溝通情形

本期計畫於政策形成過程，為蒐集原住民族人意見，於 105 年 7 月中旬分別於屏東、新北、花蓮、臺中辦理 4 場次「族人有話說！原住民族產業發展座談會」，4 場次共計 200 餘人民眾出席，近 25 人次發言，概要分析其中探討的經濟產業發展問題與面向大多集中於資本、人力、政策與法律等幾個面向上。

在資金方面，常常提到的就是貸款過程的準備不足，這主要牽涉到抵押品的價值問題還有擔保人難找的社會現象。尤其原住民保留地在公告價值低

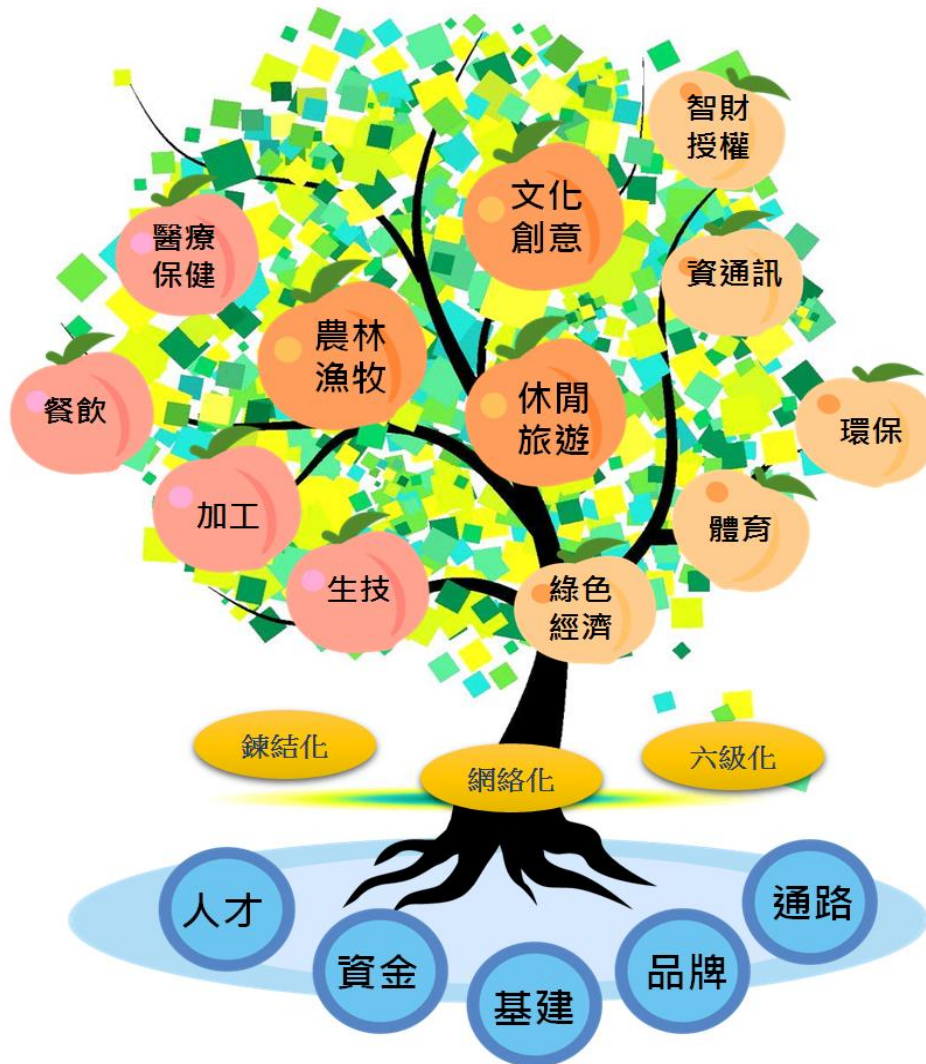
的狀況下，使得銀行難以核貸高成數的資金。另外，核貸率低也可能牽涉到企劃或營運方式準備不足的問題。再者，創業貸款大多是個人單打獨鬥的經營方式，缺乏整體合作或異業結盟與整合的企圖與方法，使得資金難以彙整或集中火力創業。

在人力方面，多數人的共識就是希望能讓年輕人發揮資訊能力與創新能力，讓部落文化或農業以及無形資產能與產業鏈接軌，但是原住民族青年對於返鄉的思考與憧憬，往往在某些現實環境中尚未能成為主流，加上部落產業不足以支撐青年的安家所需，但部落所需的人才必須匯集有法政、財經與文化的跨領域知識與熱情，目前一般院校的訓練方式難以具足部落所需的人才，因此導致部落往往缺乏基本生力軍以形成人才支援庫，常常造成單打獨鬥的困境。

在政策與法律方面，大多談論民宿經營的法規與突破的需要，也談到融資的需要，對於相關部會所掌管的土地與自然資源及其管理方式與法規也充滿不解。

綜合幾場的族人意見，發現族人期待相關部門對於原住民族經濟產業人才的培育必須快馬加鞭，而且必須訓用合一地讓所學直接運用於經濟產業的創新與執行，讓青年人及部落人士能發揮實業家與企業家精神來以社群為著想，以集體戰的方式，透過團結經濟或集體經濟的方式發揮以原住民族文化為基礎，以傳統領域為場域的「文化經濟」。因此，在法規上以部落集體如部落公法人或者社團做為經濟體基礎，如何合法地運用自然資源及本身文化來作為原住民族社會認同與產業實踐的資源，再加上有政府的關鍵式補助才能持續刺激民間資源讓民間能隨機應變調整方向尋找自己要實踐的共同未來。

貳、計畫目標



一、目標說明

- (一) 運用原住民族文化特色建構或深化產業示範亮點，並強化跨產業別技術及資源之整合，以營造永續經營的環境。
- (二) 挖掘及培育原住民族產業經營管理人才，並加強產學合作，以「做中學、學中做」策略，填補產業人才缺口。
- (三) 型塑及推廣原住民族產業品牌，並透過故事行銷及品質優化，以確保品牌之獨特性及代表性。

- (四) 強化投資及輔導原住民族新創事業策略，並尋求妥適之商業模式，以穩固創業基礎及深化產業根基。
- (五) 加強都會與原鄉間之產業鏈結，並以前店（都會）後廠（原鄉）模式截長補短，以暢通原住民族產品及服務通路。
- (六) 落實性別統計分析，強化原住民族女性參與經濟產業發展政策之決策機會，並建構性別友善環境。

二、達成目標之限制

(一) 組織成員共識凝聚與支持程度

本計畫目的為協助原住民族將傳統知識轉化成為經濟產業發展的主要特色，並藉由串聯產業鏈，型塑產業群聚效應，以提升原住民族人經濟收益，其成功與否除有賴地方政府及在地民間團體間之配合，同業或異業之業者間的分工合作，更是重要關鍵。

惟當政府資源挹注的同時，常會為了競爭資源導致內部組織成員意見分歧，不利計畫進行，因此，計畫推動前期匯集相關成員，商議策略及方向以凝聚共識，至為重要。

(二) 產業人才培養與媒合管道資訊落差

原住民族缺乏經營行銷管理之專業人才，是普遍大眾或原住民族部落內部的既定印象，並認為這是造成原住民族產業推展困境的主要原因，惟依據 103 學年度原住民族教育調查統計顯示，原住民族大專以上學歷人數較 10 年前已有倍數成長，且不乏與產業推動相關之學識背景，尤其在 98 年莫拉克颱風災後，許多原鄉地區係仰賴原住民族青年返鄉投入產業重建，才在今日稍見成效並頗具口碑。

因此，原住民族產業人才的問題或許並不是「沒有人」，而是「不知道人在哪裡」，所以，原住民族產業人才資料蒐集及建置，或產訓學合作，或可有效媒合專業人力投入相關產業。

(三) 品牌與產品及服務品質應相互加乘

本計畫第一期4年(103年至106年)計畫陸續針對文化創意產業、生態旅遊產業及特色農業型塑原住民族產業品牌，但品牌並不等於品質保證，如何優化產品及服務之品質是品牌存續的要件。

從過去的經驗顯示，開發出某項流行的原住民族商品後，往往競相模仿生產性質相近商品，因競爭及仿製的結果使得產品價格降低，原創者的智慧財產權或傳統智慧創作無法得到有效的保障。每個民族都有其獨特文化，惟有透過原住民族知識運用，融入商品、服務及活動設計，深化產業品牌經營，是樹立市場區隔，並得以永續的不二法門。

(四) 對市場運作機制及政府資源取得管道不熟悉

據觀察，原住民族產業經營者多專注於作品本身(如農作物生產、工藝品製作)，對市場的需求或變化不甚關心或了解，因此所生產之產品或服務較難形成市場規模，為使原住民族產業得永續經營，提升原住民族經濟收益，輔導原住民族產業經營者建立對商業模式的概念更顯重要。

事實上，政府相關部門(如經濟部、農委會、文化部、勞動部等)在經濟產業輔導面向皆有相關的技術及資源得以運用，甚或政府或民間的融資管道，倘能有效導入原住民族經濟產業發展，都可解決產業經營或推動上會面臨資金不足、技術缺乏、知能有限等障礙，本會如何透過計畫性引導，暢通資源取得管道，或許是經濟產業發展成功關鍵。

(五) 中央與地方跨域合作之投入與調合

中央部會依據其組織執掌主管法規與政策目標，推動相關經濟發展及產業輔導政策，在原住民族產業方面的跨域合作機制，尚處萌芽階段。主要為個別補助精神與範疇有所不同，例如輔導對象(如須具營利事業或工廠登記、一定資本額、立案產銷班)的限制，或需負擔自籌款比例較高，以及採競爭型補助原住民跨越門檻不易等。

此種情況在地方政府層級亦同。由於地方政府各局處均需依其業務對應之中央部會所頒佈規定，爭取計畫型補助，因上開限制，導致地方政府原住民族行政單位與其他局處亦缺乏合作機制。

本計畫性質屬科際整合型經濟產業發展計畫，因此中央部會間的補助精神與範疇加以調合，將是決定推動跨域合作範圍的關鍵。也有助於地方政府局處之間依照中央部會的跨域合作機制推動，於提報計畫階段完成整體性之思維，發揮資源整合的綜效。

三、績效指標、衡量標準及目標值

依據本期計畫推動目標研訂預期工作指標及績效指標，其個別項目評估基準如下：

(一)工作指標

分項計畫	子項計畫	年度預估目標				合計	備註
		107	108	109	110		
一、 基礎 環境 佈建	1.1 產業供需調研(式)	1	1	1	1	1	建置產業資訊系統1式，逐年擴充。
	1.2 知識倉儲管理(式)	1	1	1	1	1	成立產業推動顧問團隊及專案辦公室各1式。
	1.3-1 資金投資輔導(案) (創業投資)	20	20	20	20	80	每年輔導20案創業案源，4年共80案。
	1.3-2 資金投資輔導(件) (融資輔導)	160	165	170	175	670	經濟事業型貸款之成功件數。
二、 產業 人才 培育	2.1 產學合作串連(人次)	20	35	40	45	140	提供寒暑期工讀機會，媒合相關院校學生赴業界實習。
	2.2 人才挖掘橋接(場次)	3	3	3	3	12	辦理論壇或交流工作坊場次。
三、 品牌 通路 建構	3.1 品牌型塑推廣(場次)	5	5	5	5	20	參與國內外大型會展場次。
	3.2-1 城鄉通路串接(處) (通路營運)	8	10	12	15	15	持續拓展實體據點數量。
	3.2-2 城鄉通路串接(處) (據點建置)	10	10	10	10	10	於各縣市選妥適地點，分年完成拓銷據點建置。
	3.3 數位虛實整合(式)	1	2	3	3	3	持續拓展電商平台數量。
四、 產業 示範 亮點	4.1 產業特色型塑(案)	30	-	-	-	30	先期規劃案件數，執行期程1年。
	4.2 產業群聚鍊結(案)	-	15	15	15	15	推動計畫案件數，執行期程3年。
	4.3 跨域淬煉加值(案)	14	20	20	20	74	由往年輔導成功案源遴選持續深化輔導案件數。

(二) 績效指標

衡量指標	現況值	年度預估目標				合計	備註
	106	107	108	109	110		
消費人次 (含到訪旅客或產品購買者)(萬人)	115.2	117.5	119.8	122.2	124.6	484.1	參考前一期計畫成果，計算精實創業、參與會展、拓銷據點、產業示範區消費人次，推估各年度績效目標。
維持及創造就業機會 (人)	4,000	4,050	4,100	4,150	4,200	4,200 (累計值)	參考前一期計畫成果，計算精實創業、產學合作、拓銷據點、產業示範區就業人次，推估各年度績效目標。
創造產值 (億元)	14.95	18.95	19.33	19.71	20.11	78.1	參酌交通部觀光局公告 104 年度國人每人每日旅遊消費 (2,017 元)、往年各項業務績效及當年度消費人次作為計算基準。

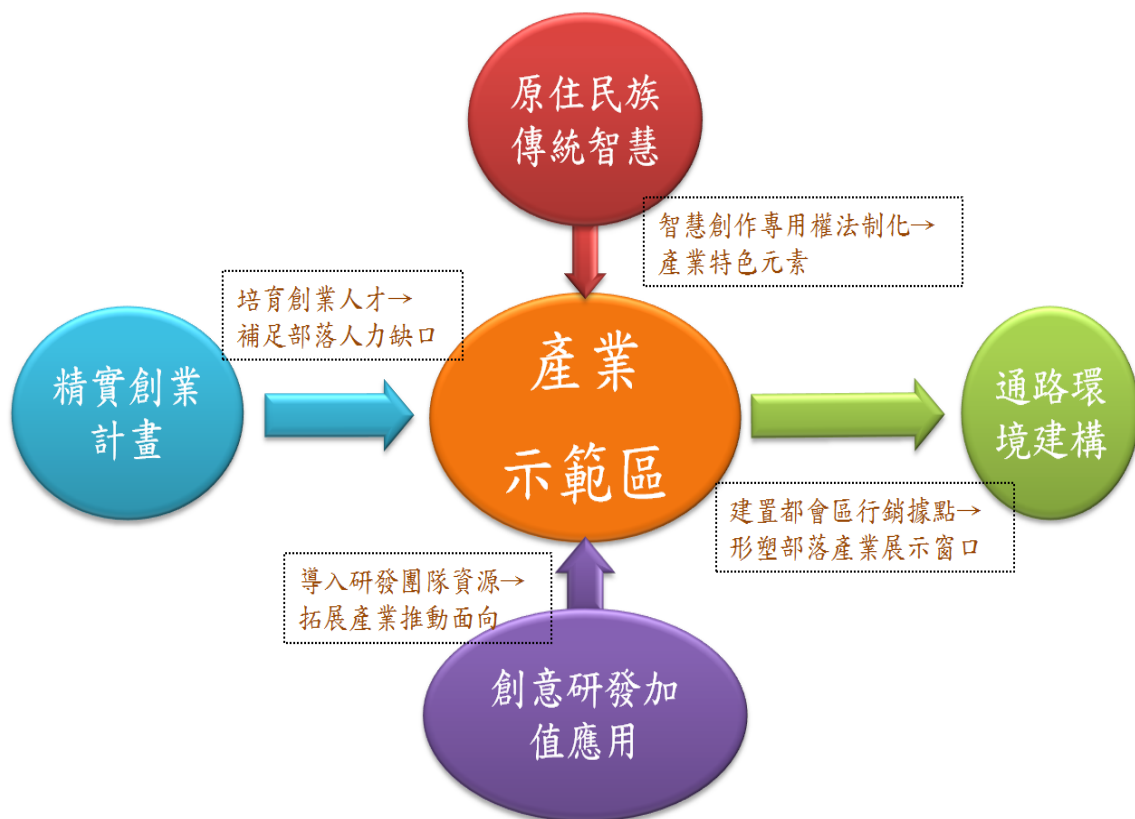
(三) 性別指標 (以下工作項目參與性別，各性別不少於三分之一)

1. 知識倉儲管理：參與決策之性別比例。
2. 創業投資輔導：受輔導業者性別比例。
3. 資金融資貸款：獲貸款之個案性別比例。
4. 產學合作串連：媒合赴業界實習之性別比例。

參、現行相關政策及方案之檢討

一、現行相關政策概述

本會原住民族經濟發展4年（103年至106年）計畫以「找特色、補不足、種希望」為推動構想，分為「推動原住民族知識發展創意經濟-產業示範區」、「創意經濟增值研發與應用」、「通路環境建構」、「關鍵人才培力」等4大分項計畫；關鍵人才培力係為充實產業示範區所需經營人才、通路環境建構係為整體規劃產業示範區生產各項商品或服務之行銷通路、增值研發應用係為協助產業示範區統籌規劃相關原料之增值應用，俾利提升產業示範區各項產品之附加價值；故各項計畫皆係扣緊產業示範區發展所需之各個環節，以達到整體發展目標。其推動架構關聯如下圖所示，其後再概述各分項計畫執行概況及檢討：



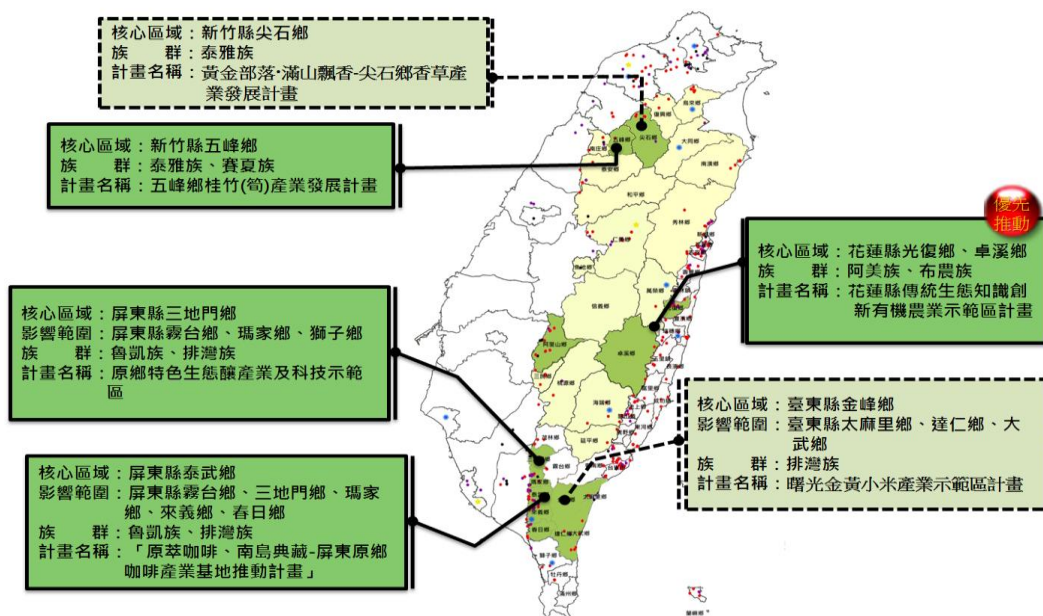
二、各分項計畫執行概況與檢討

(一) 原住民族知識發展創意經濟-產業示範區計畫

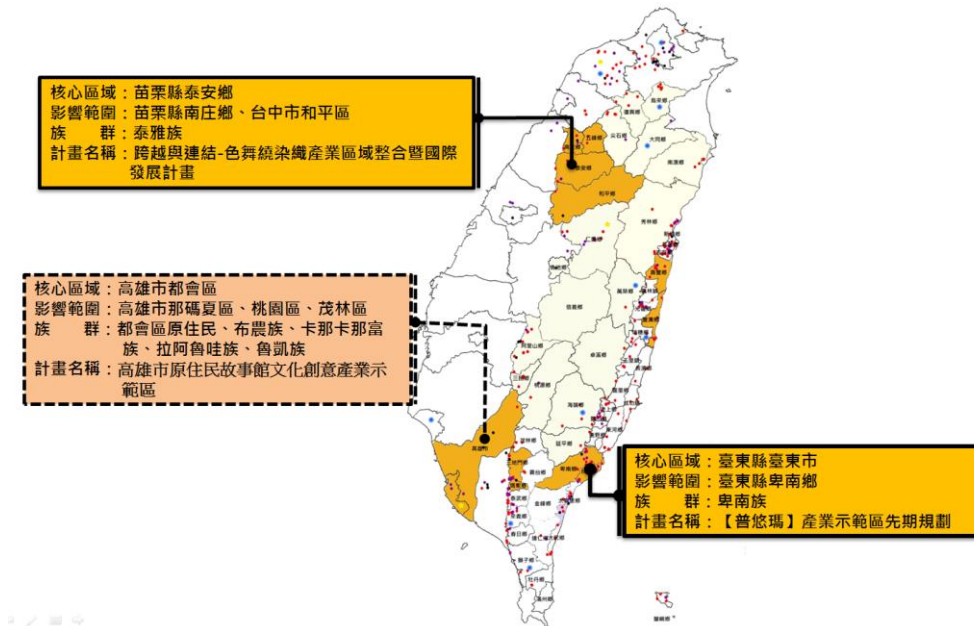
1. 計畫執行概況

本會為鼓勵原住民族運用傳統經驗與智慧，作為原住民族產業發展基礎，使原住民族部落在文化與產業相互積累與轉化之過程中，達到「為部落找到文化傳承之經濟基礎，在從事經濟活動中達成文化傳承及環境永續之使命」之目標。基此，本會於 102 年即研擬規劃「原住民族知識發展創意經濟-產業示範區計畫」，以特色農業、文化创意產業、生態旅遊產業及部落溫泉產業為發展主軸，於 103 年度選定 27 個單位執行產業示範區先期規劃，透過產業資源盤點，發掘產業發展缺口，104 年度由 27 個單位中選定 22 個單位執行為期 3 年之推動計畫，藉由營運模式建構，串連產業鏈、形塑群聚效應，期達到奠定產業發展根基，為原住民族部落產業注入創新活力的目標，4 年實際編列經費 7 億 4,526 萬元（其中部落溫泉示範區經費 1 億 2647.2 萬元由原住民族綜合發展基金支應），自計畫推動至 105 年 6 月底，創造產值約 5.2 億元、創造及維持就業機會 5,853 人次、提升到訪旅遊（或消費）122 萬人次，各產業示範區分佈如下圖：

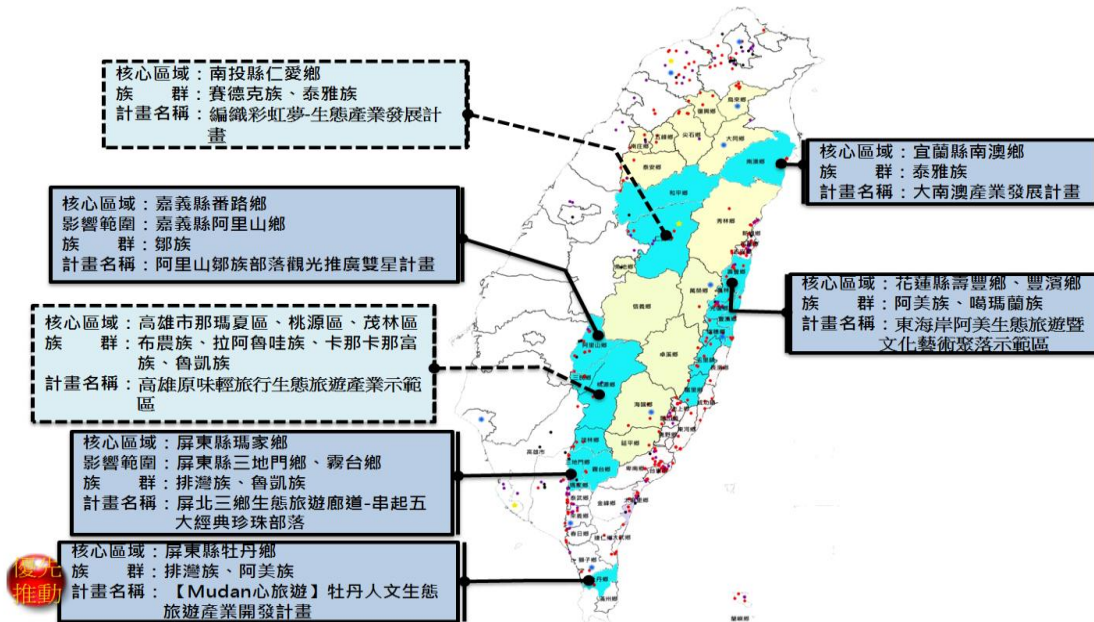
【特色農業示範區】



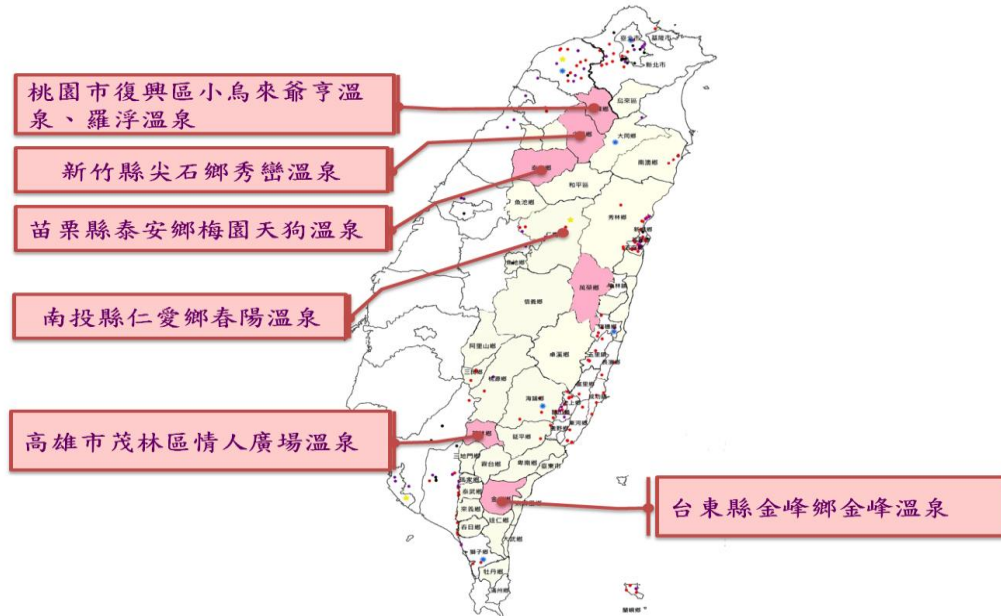
【文化創意產業示範區】



【生態旅遊產業示範區】



【部落溫泉示範區】



2. 計畫執行檢討

(1) 補助機制面：

- **計畫類別的侷限：**計畫著力於 55 個原鄉產業發展為推動重點，惟從統計資料顯示，截至 105 年 5 月底已有約 46.21% 原住民人口設籍在非原住民族地區，涉及的產業類別及型態更為多元，顯見，以目前原鄉產業示範區的 4 個產業分類(特色農業、文化創意、生態旅遊及部落溫泉)，似乎仍顯不足，亦忽略都市原住民產業發展需求。
- **補助款核定標準：**以現行補助作業與管考要點規範，有關補助經費的核定乃依示範區所跨鄉鎮市區範圍為準則，部份提案單位以申請較高補助經費為主要考量，致使資源投入與推動成效稍有落差。

(2) 推動機制面：

- **公部門受限行政程序及政治生態：**本計畫原則以補助地方政府方式執行，但公部門或因業務承辦人員異動頻繁、或因行政作業延宕、或因地方政治生態，造成實際執行計畫時間往往比行政程序要短，致使部份計畫執行效益不彰。
- **依政府採購法委託廠商執行成效各異：**地方政府因人力或專業有限，

多以委託廠商方式執行本計畫，但受託廠商未見得對原住民族產業發展特性或計畫精神具充分掌握度，倘執行機關未積極監督廠商執行品質，常致使計畫目的未能彰顯。

- ▶ **先期規劃未有效落實致共識無法凝聚：**本計畫之成功有賴在地組織、相關業者的共識，故計畫推動前期設計先期規劃之機制，期能藉由地方政府行政力量，整合地方勢力，擬定共同目標願景，惟部份計畫於先期規劃期間未能有效落實，致推動計畫核定後在地團體對計畫方向仍有爭議、或為爭奪資源而未具共識，至計畫成效與既定目標存有落差。
 - ▶ **民間自主提案反較見成效：**綜觀本計畫目前執行進度，民間團體透過地方政府提案之計畫執行成效較如預期，分析其原因係地方產業推動，核心成員的整合力、行動力是計畫成敗關鍵原因之一，因此，推動機制制度設計至關重要。
- (3) 輔導機制面：現有的輔導機制係由本計畫專案辦公室委請顧問團隊進行現地輔導，為考量在地產業長遠發展，各計畫應聘任在地的陪伴輔導專家，更有利於計畫的推展及產生綜效。

(二) 創意經濟增值研發與應用

1. 計畫執行概況

本計畫第一期（103年至106年）計畫，在創意經濟增值研發與應用面向，原規劃推動下述各項措施，包含辦理原住民族傳統智慧創作登記、建置原住民族經濟產業資訊網、強化產業政策及應用研究及研發增值應用等事項，4年實際編列經費1億4,215.5萬元，謹就各項措施成效簡述如下：

(1) 辦理原住民族傳統智慧創作登記：

本會依據「原住民族傳統智慧創作保護條例」，於104年度完成「原住民族傳統智慧創作保護實施辦法」及「原住民族傳統智慧創作保護共同基金收支保管及運用辦法」之制訂及發佈事宜，原期待透過子法之施行，除使原住民族或部落之傳統智慧受到保護、免除文化遭侵權或誤用外，亦可透過授權機制，取得智慧財產收益，惟

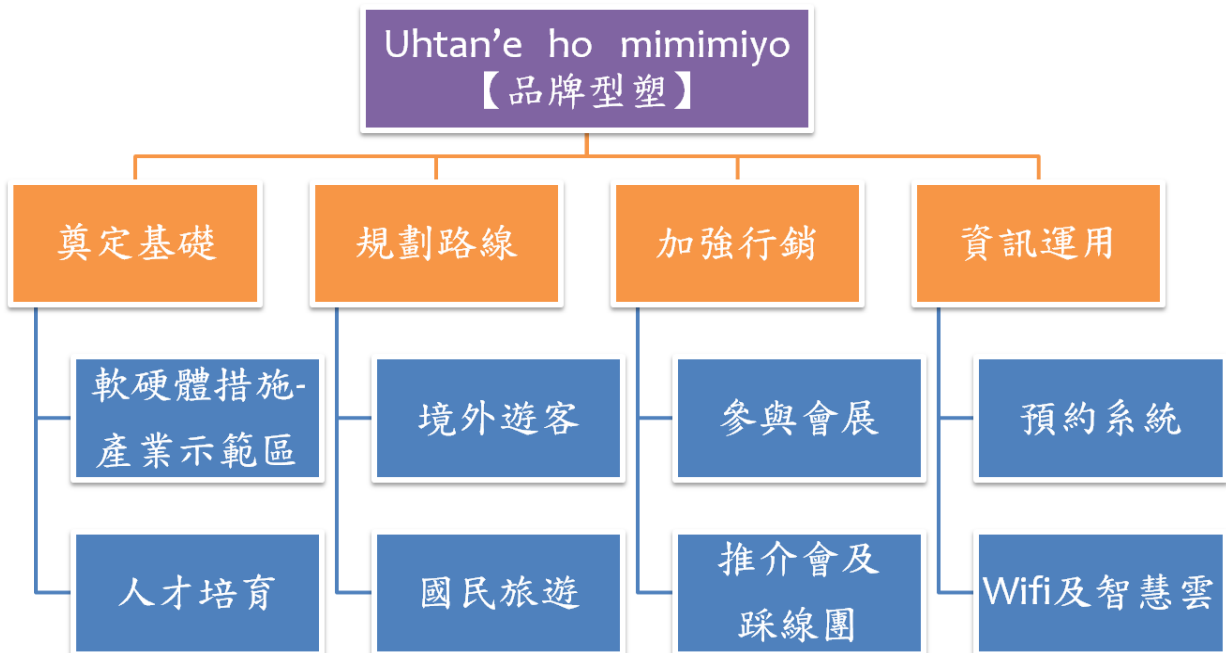
截至 105 年底雖受理 75 案智慧創作專用權申請案，但因認定過程複雜，尚未有標的取得專用權，故未來仍需在審議機制及認定標準方面，完備標準化程序，俾使立法美意得以落實。

(2) 建置原住民族經濟產業資訊網：

102 年度本會於政府資料開放平臺 (DATA.GOV.TW) 建置原住民族產業資訊，105 年度重新調查並與更新，建置資料項目包含部落旅遊路線、部落工坊、農特產品、民宿、餐廳等，雖未臻健全，但已有初步架構，期藉由下一期計畫建構更能綜觀原住民族產業現況之資訊平台。

(3) 研發加值應用：

本計畫第一期 (103 年至 106 年) 計畫在輔導地方產業型塑產業群聚的同時，期透過導入遊客相關措施帶動旅客至部落旅遊，讓地方產業所生產的產品或服務藉此獲取消費客源，推動架構如下圖：



自 103 年度以來，本會推動的部落旅遊專案包含「部落心旅行-原住民族部落深度旅遊火車專列計畫」、「旅行業接待大陸地區人民來臺觀光團體參加原住民族部落深度旅遊」、「兩個太陽 1 個月亮-部落生活體驗計

畫」等專案，導入國民旅遊及大陸地區遊客，截至 105 年 6 月底止，約有 4.5 萬人次進入部落旅遊、創造產值約 8,400 萬元。

另為因應 105 年度起大陸地區來臺遊客人數銳減，本會自 105 年 10 月起，加強推動「兩個太陽 1 個月亮-部落生活體驗計畫」，鼓勵部落組織依文化特色設計各類體驗部落事務及生活之行程，邀請有興趣的民眾體驗部落生活，並透過獎勵機制改善部落環境、設施及旅遊服務等品質，提升部落接待能量；並搭配「部落心旅行」原住民族部落主題旅遊獎勵計畫，以異業結盟方式獎勵旅行業者開發具主題性的原住民族部落旅遊商品，並導入遊客赴部落深度旅遊。

除此之外，為提升各國遊客赴原住民族部落旅遊動機，自 103 年度起積極赴其他國家各大城市辦理推介會並邀請其赴原住民族部落踩線，各年度辦理場次及國家如下表：

年度	推介會		踩線團	
	場次	國家(城市)	場次	國家
103	2	大陸(北京*2)	2	大陸(上海、北京)
104	5	大陸(天津、青島、上海)、香港*2	1	大陸
105	6	日本(廣島、福岡*2、東京)、紐西蘭(奧克蘭、威靈頓)	3	港澳、帛琉、紐西蘭
合計		13		6

2. 計畫執行檢討

- (1) 基礎資料建置面：本會透過第一期計畫推動，產業推動始稍見規模，但基礎資料蒐集及建置仍在初始階段，為利後續政策評估及效益分析，資料系統化建置並予以資訊化式刻不容緩的事。
- (2) 跨域資源整合面：從近年推動相關措施經驗觀察，以觀光推動為例，相關部會無不藉由辦理推介會提升國外旅客對臺灣旅遊環境的了解，

搭配參與相關部會辦理之推介會，較本會自行辦理，除能更顯臺灣旅遊元素之多元性，亦可節省行政資源。

(三) 通路環境建構

1. 計畫執行概況

本計畫第一期(103年至106年)計畫在拓展產品通路面向，主要政策有2大項，分別是整合行銷產業品牌及拓展實體通路，4年實際編列經費1億7,931.7萬元，謹就其執行概況及成效分述如下：

(1) 整合行銷產業品牌：

為提升原住民族產業曝光度，並有效行銷各子計畫受輔導業者之相關產品，本會自103年度起即積極參與各式會展(如旅展、美食展、有機展、伴手禮展等)，為串聯各類會展之宣傳效益，更自105年起辦理「參加會展暨整合行銷計畫」，並針對各產業類別，型塑專屬品牌，另為宣傳本會推動影視音樂產業之成果，首次結合年度會展活動以「看見太陽」為主題與地方政府合作辦理「原住民族國際音樂節」，周邊規劃近40攤市集，該音樂節活動參與民眾約達2萬人次，為延續105年度整合行銷之成效，並提昇產業品牌知名度，106年度將賡續以整合行銷方式辦理，以持續品牌經營，並促進原住民族經濟產業永續發展。各產業品牌名稱及含意如下圖：



特色農業(含美食)品牌

- 族語別：阿美族語，中譯「呷所愛」
- 涵義：很美味、很可口



文創產業品牌

- 族語別：雅美(達悟)族語，中譯「阿優依」
- 涵義：感謝、分享



部落旅遊產業品牌

- 族語別：鄒族語
- 涵義：前來部落漫遊探訪

各年度參與會展場次如下表：

年度	產業類別			小計
	農業類	文創類	旅遊類	
103	0	1	2	3
104	1	2	2	5
105	1	1	2	4
合計	2	4	6	12

(2) 拓展實體通路：

本會自 100 年度起，即以「Ayoï 阿優依」為原住民族文化創意產業品牌，並在臺北華山文化創意產業園區建置「Ayoï 阿優依-臺灣原住民族產品拓銷據點」營運至今，該據點寄銷業者計 52 家，展售各原住民族之特色文化創意商品，104 年平均月營業額達 46 萬元；為持續開拓營運據點，並拓展原住民族產品海內外市場，爭取消費商機，爰於 105 年 10 月規劃於臺東縣原住民族文化創意產業聚落及金門臺開風獅爺商店街各增設 1 處據點，預計於 106 年起開始營運。

另本會於 105 年 2 月份發佈「獎勵原住民族經貿拓銷業務補助要點」，獎勵原住民個人及機構、法人或團體於國內外設置拓銷據點、辦理行銷推廣及參與國際展覽等事項，期藉此拓展原住民族產品市場能見度，截至 105 年底共核定 3 件國外拓點、4 件國內設點之申請案，其營運成效尚在追蹤中。

2. 計畫執行檢討

- (1) 會展行銷整合面：本會 103 年度起參與大型會展型態，以分別委託廠商策展方式辦理，但後續延生效果有限，鑒於品牌經營需要時間，爰 105 年度即予檢討以整合年度會展方式委託廠商統一規劃，期能性措施，讓會展品牌經營延展出中長期效益。
- (2) 通路拓展廣度面：本期拓銷據點設置於華山文化創意園區，屬文創商品一級戰區，地理位置佳，倘受託經營廠商能更有效結合或運用原住民族文化元素或特色，應能達到提升部落旅遊人數、商品訂單

或品牌知名度等目標；另因應全球空間網絡化，故電子商務或虛擬通路之建置是下期計畫須加以著力之處。

(四) 關鍵人才培力

1. 計畫執行概況

本計畫第一期(103年至106年)計畫在產業人才培育面向主要政策有2大項，分別是精實創業輔導及進用經營管理專業人才，其中「經營管理專業人才就業計畫」經費係爭取公益彩券回饋金支應，104年至106年共計爭取3255.7萬元，其餘由公務預算支應，4年實際編列經費8,600萬元，謹就其執行概況及成效分述如下：

(1) 精實創業輔導計畫：

本計畫透過創業點子競賽建立優質案源遴選及培訓機制，發掘有創意、有市場及可商品化的創業團隊，輔以提供顧問師諮詢、創業資金、商機媒合及建立專屬之創業服務資訊系統等資源，提升創業成功率，創造就業友善環境，以培育原住民族產業所需人才，協助其初期創業及開發創新營運模式，活化原住民族特色產業以達永續經營目標。104年及105年各輔導20家業者創業。

經統計，104年度輔導之20家新創事業，本會投注2,000萬創業基金，其年營收共計9,200萬元，成效堪稱卓著。

各年度輔導創業者產業類型及性別分析如下表：

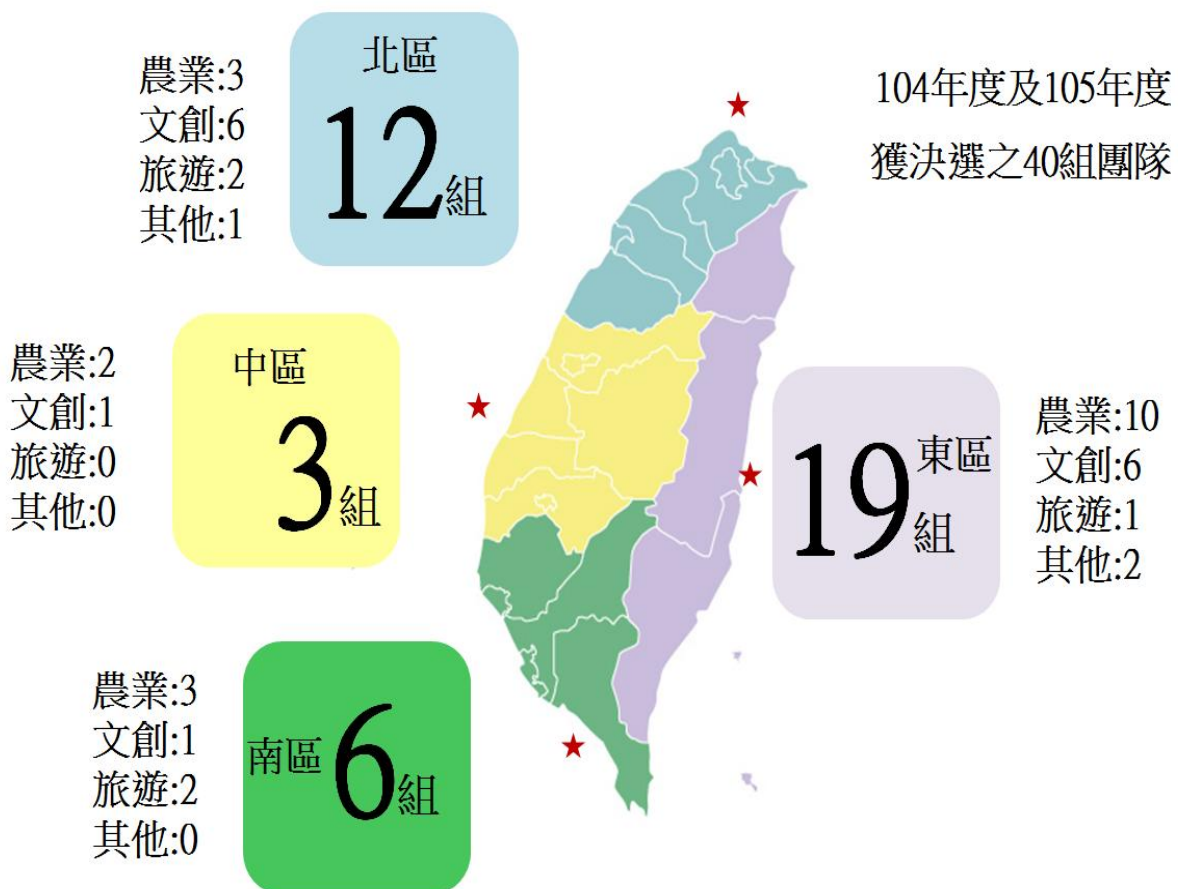
年度	產業類別												小計		
	農業類			文創類			旅遊類			其他					
	男	女	總	男	女	總	男	女	總	男	女	總	男	女	總
104	10	1	11	5	2	7	0	1	1	0	1	1	15	5	20
105	4	3	7	3	4	7	2	2	4	0	2	2	9	11	20
合計	14	4	18	8	6	14	2	3	5	0	3	3	24	16	40

承上，104年及105年總計輔導原住民族創業家計40人，其中男

性佔 24 人 (60%)；女性佔 16 人 (40%)，性別比例差異為 20 個百分點。針對各產業類型之性別差異情形，研析如次：

- 農業類：總計 18 人，其中男性佔 14 人 (77.78%)；女性佔 4 人 (22.22%)，性別比例差異為 55.56 個百分點。主要係因我國農事生產仍屬勞力及體力密集之產業，是以，原住民族女性創業家基於體能條件之不同，於創業職涯之選擇上，仍偏重其他類型之產業，未來計畫推動時將研擬策略，鼓勵少數性別參與。
- 文創類、旅遊類及其他：總計 22 人，其中男性佔 10 人 (45.45%)；女性佔 12 人 (54.55%)，性別比例尚無顯著差異。足見原住民族創業家對於族群文化轉換為商業模式之過程，尚無明顯性別障礙。

其創業類型及地域分佈如下圖：



(2) 經營管理專業人才就業計畫：

本計畫為解決原住民族地區產業經營管理人才缺乏問題，以產業示範區作為人才培育場域，結合專業課程設計，依該職位所需相關職能進行教育訓練的修習與活動，以強化各區域群聚組織整體競爭力及組織效能，進而打造原住民族經營專業人才之目標；故本會於 104 年度配合 16 處產業示範區需求，各遴聘 1 名經營管理人員，期能透過其專業之能協助產業示範區達成預期目標，16 名專管人員依示範區產業別之性別分析如下表：

產業別	男性	女性	合計
特色農業	4	2	6
文化創意	0	3	3
生態旅遊	2	5	7
合計	6	10	16

承上，前期產業示範區計畫進用 16 名經營管理專業人才，其中男性佔 6 人（37.5%）；女性佔 10 人（62.5%），女性較男性多出性別 25 個百分點，顯見原住民族女性對地方產業推動之投入及政策參與已具備一定程度之重要性；另因各產業別因樣本數過少，爰不針對各產業別進用專業人才性別比例作分析，惟於未來計畫推動時將研擬策略，鼓勵少數性別參與。

2. 計畫執行檢討

針對精實創業輔導計畫的執行狀況，專案辦公室蒐集第一屆的意見回饋、第一屆的結案問卷統計、第一屆的六大構面平均紀錄、第二屆的觀察與意見回饋、本會期待及顧問建議等 6 種資訊，進而彙整本案需求內容議題並提出修正方向建議如下圖：



為使本計畫往後執行更加順利、參與團隊對於經營學習的成長更有效益，分別就「操作機制面」與「執行細節面」提出下列檢討：

(1) 操作機制面：

- 於巡迴說明會中針對法規注意事項進行宣導，協助族人於提出申請前，先行理解法規限制。並於各階段審查中強化檢驗規範，減少計畫執行層面上恐產生疑義之處。同樣的，可使團隊將資源與時間更多地投入創業計畫的需求，加速創業進程並提高效率。
- 核銷的相關疑慮普遍發生於計畫執行的後段，恐影響整體結案時程。常因單據的不合規範導致剔除而產生預期外的損失，損及團隊的資金與權益。因此，相關核銷教學與檢查機制將提早啟動，階段性協助團隊確認核銷事宜。

(2) 執行細節面：

- 於尋找優質案源階段中，應強化金融輔導員的角色，針對各縣市金融輔導員進行創新商業模式訓練，使其具備創新思維的敏銳度，由眾多貸款戶中判斷何者為優質案源。如此一來，上由本會，下至金

融輔導員，對於創業生態圈的建立，更能產生助益。

- 於教學課程後，由金融輔導員一同巡迴提出需要的部落或地區，於約定好的時段內提供課後的諮詢與協助，使教學效益可延續，協助族人更為理解申請書的內容。
- 於驗證商業模式階段內，強化既有訓練內容，整合為「衝刺 SPRINT」工作坊，透過密集地學中做、做中學之實作課程，有效提升團隊學習成果與效益，於課程結束時，各團隊規劃之主力產品或服務也將一併產出，協助團隊有效率的完成創業前期準備事項。

三、現行政策整體檢討

(一) 法規制度面

原住民族經濟產業推動，尤其是位於原住民族地區多受到現行相關法規的限制，以推動部落旅遊的經驗為例，為了讓旅客留宿部落，創造「長停留、多消費」的條件，本會導入相關專案措施，帶動旅客赴部落旅遊，惟依「民宿管理辦法」規定，申請民宿登記，必須出具建物使用執照或合法房屋證明，而原住民保留地多為林業用地，其次則為農牧用地，且房屋多為建管法規施行前興建，無法出具相關證明文件，致使申請民宿登記遭限。

土地使用問題也反映在許多原住民族賴以生存的農業發展面向，例如興建農產加工廠或集貨場也苦無未能取得合法土地，又例如許多原住民於山坡地種植咖啡、苦茶樹、山蘇等農作物，雖歷史悠久，卻常因水土保持法相關規定而受罰。

諸如此類，與原住民族生活、生產、生態攸關地相關法規在制定時未能週全考量，導致原住民族地區發展經濟產業時受到許多限制，本會有責任與相關機關共同檢討修正。

就本項政策檢討，未來將透過第二期計畫（107年至110年）重要措施「1.1 產業供需調研」及「1.2 知識倉儲管理」加以盤點，並透過原住民族產業智庫之政策建議，與相關部會研議法規調適之具體方向及策略。

(二) 執行機制面

本計畫第一期（103年至106年）是本會首次以大空間、長時間、重投資的策略推動相關措施，雖奠定地方以串聯產業鏈及異業結盟的方式來建構商業模式的基礎，但以推動結果觀察，整合計畫相關成員意見、確立中長程發展目標、落實資源盤點調查都是計畫成敗之關鍵。因此，惟有將上開要素納入執行機制，建構完善之執行步驟與方法，才可避免前一期計畫因制度設計不夠週全所導致預期成效之落差。

就本項政策檢討，未來在第二期計畫（107年至110年）實施策略

推動「**產業示範亮點**」時，在「**4.1 產業特色型塑**」階段，將審慎評估執行團隊，在兼顧都市及原鄉地區原住民族產業發展之前提下，落實地方共識凝聚及在地資源盤點，以確立準確之發展方針；在「**4.2 產業群聚鍊結**」階段，將著重商業模式建構，以穩固產業發展根基；在「**4.3 跨域淬鍊增值**」階段，將延續第一期計畫輔導成果，從中遴選經營體質優良案源，採先評估診斷，再導入輔導資源策略，以利與市場接軌並永續經營。

(三) 人才養成面

人與組織是經濟產業發展之關鍵因素，找到對的人及優質的經營團隊，才能確立產業永續經營的方向，透過本會辦理相關政策座談會或諮詢會議，不管是產業界或學術界的代表，皆表示人才養成機制對原住民族經濟產業發展的重要性，及組織內部共識建立的困難性，如何透過未來政策引導，吸引更多對原住民經濟產業有興趣且具相關專業的人才投入，是至關重要的事項。

就本項政策檢討，未來將透過第二期計畫（107 年至 110 年）重要措施「**2.1 產學合作串聯**」及「**2.2 人才挖掘橋接**」，一方面建構原住民學生在進入社會前與原住民族產業之關連，培養其對原住民族產業之興趣，亦可為原住民族產業注入創新活力，一方面透過各式管道發掘業界原住民族人才，並深化其專業知能，進而與原住民族產業媒合或分享資源。

(四) 資金來源面

原住民族經濟產業發展，除初期仰賴政府補助或投資奠定發展基礎，但要永續經營，仍需靠充足資金才得以週轉運作，但多數原住民業者無充足擔保品或抵押品，且現行相關貸款措施不夠友善，致無法借貸充足的資金，這些都仰賴行政部門評估改善。

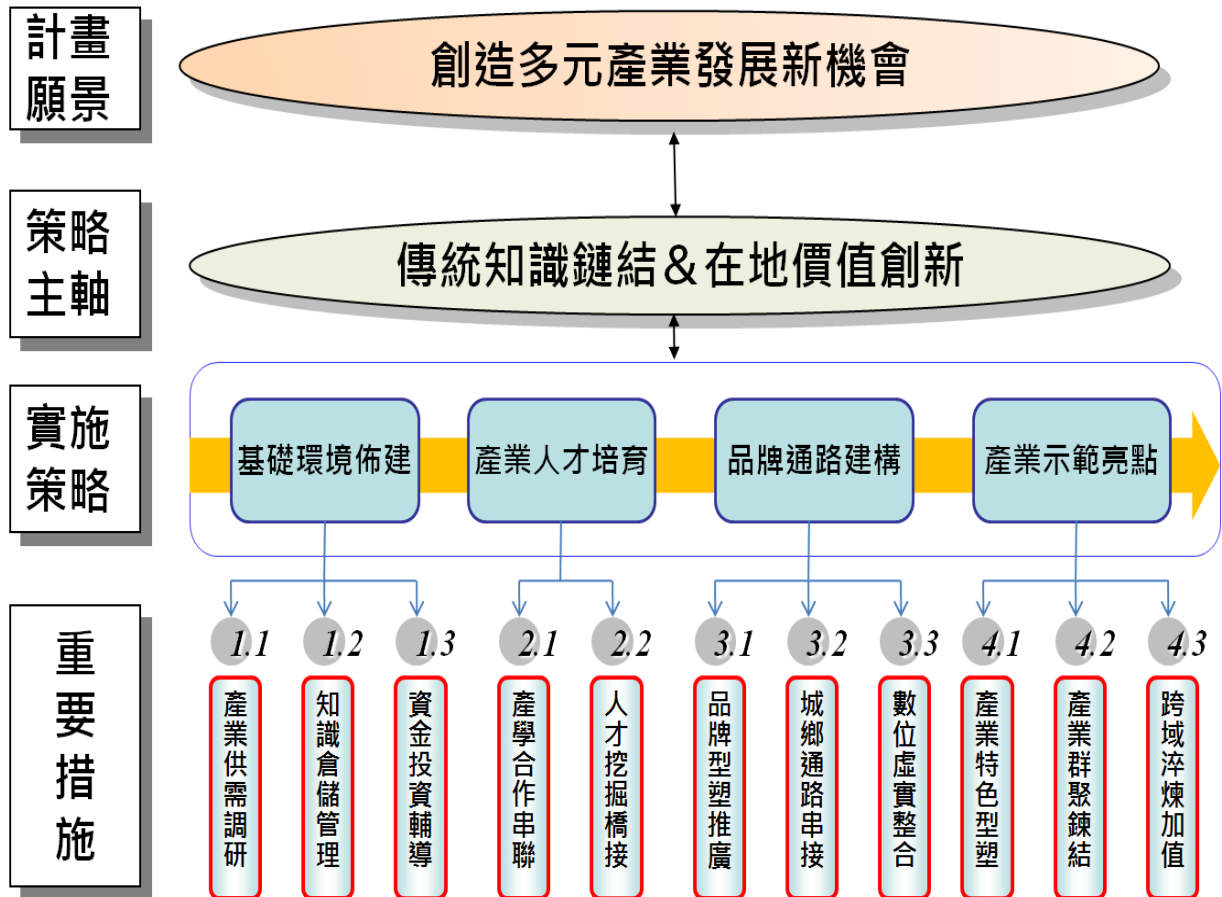
就本項政策檢討，未來將透過第二期計畫（107 年至 110 年）重要措施「**1.3 資金融資輔導**」，強化金融輔導員專業知能，協助原住民族業者取得產業運作資金，俾使產業發展藍圖不致因資金不足因素無法有效落實。

(五) 品牌通路面

通路一直是原住民族產業界普遍反應的需求，而品牌型塑及經營更是建立市場獨特性的重要措施，本計畫第一期（103 年至 106 年）雖初步建構發展雛形，如何加深廣度則是下一起努力的目標。

就本項政策檢討，未來在第二期計畫（107 年至 110 年）實施策略推動「**品牌通路建構**」時，在「**3.1 品牌型塑推廣**」面向，將更著力於品牌宣傳，並建立認證機制，使原住民族產業品牌具市場公信力與識別度，並拓展國內外市場能見度；在「**3.2 城鄉通路串接**」面向，則以前店（都會區）後廠（原鄉）概念，開拓原鄉地區生產之各類產品在都會區的通路，一方面讓生產者專事生產，開發更多優質產品，一方面讓都會區原住民可以跟母體文化產生鍊結，將原鄉好物行銷給都會區眾多的消費人口；在「**3.3 數位虛實整合**」面向，則是強化第一期計畫不足之處，善用現代網路科技，讓產品通路可以無遠弗屆的行銷至世界各地。

肆、執行策略及方法



一、主要工作項目

為接續前一期計畫之成果，本期計畫以分階段的策略，強化服務的廣度及輔導的深度，從基礎環境佈建、產業人才培育、品牌通路建構等面向，穩固經濟產業發展所需要的資金、人才、通路、行銷等基礎，並強化輔導及知識建構，讓產業示範亮點除了延續以原住民族知識為根基之特色農業、文化創意產業、生態旅遊產業外，能加以延伸結合數位、資通訊、綠能、生物科技等技術，或拓展廣度結合體育、休閒、醫療照護等跨業別之發展面向，以達到創造多元產業發展新機會之目標。

【實施策略一：基礎環境佈建】

產業發展需要長時間的投入，政府透過補助、輔導等政策介入市場時，其所需要的並非僅有實質建設（如廠房、水電、基礎建設等），更重要的是相關制度之建構，如完善的金融制度、市場制度等非實質環境面向；是故，在此所謂的基礎環境，主要指的是協助產業/業者發展所需之相關制度。因此，在本項實施策略，以系統化、知識化及策略性輔助作為主要推動構想，提出3項重要措施，包括「產業供需調研」、「知識倉儲管理」及「資金投資輔導」，其執行策略與方法分述如下：

1.1 產業供需調研

知識化與智慧化管理應為政府執行政策計畫的重要基礎，亦是近代管理的重要發展方向，因此，為促進政策推動，並掌握資源動向，以提升整體綜效，應建構產業供需面之管理系統，相關工作項目說明如下：

(1) 原住民族發展地理資訊系統

應綜整原住民族相關經濟產業與文化發展重要資訊，透過地理資訊系統建置，連結空間關係與資訊，並逐年逐步擴增並累積資料領域與容量，作為未來大數據分析之基礎。

(2) 經濟產業發展管理資訊平台

為有效進行管考作業，並提升政府行政效能，應推動經常型行政作業之資訊化工程，如經費流動、進程管控、報表分析等系統。

(3) 經濟產業發展資訊平台

主要為建構原住民族經濟產業發展相關之單一窗口，考量現行經濟產業發展特性，應具有之平台有如農產品行銷、觀光旅遊服務、人力資源媒合、意見交流等。

1.2 知識倉儲管理

鑑於原住民族經濟產業仍屬商業市場上的新兵，許多機制需藉由專案顧問團隊的陪伴輔導使得建構完善，且本會非屬經濟產業發展之主責部會，故在經濟產業發展面向亦需透過智庫提供政策建言，因此，本項措施旨在扮演本會及相關參與計畫族人之智囊團角色，讓計畫得以順利推動，智庫成員組成亦將留意性別比例，以兼顧多元面向之政策需求。其主要功能如下：

(1) 法規盤點與調適：

誠如前述現行政策整體檢討，原住民族經濟產業發展常面臨現行法規的限制，而有關法規各有其目的事業主管機關，且多非本會主管，故本項措施主要目的之一乃是促進各機關於修、訂法規時能衡量原住民族經濟產業之經營規模及特性，避免因法規制定時未考量原住民族文化、地域等差異，使經營及發展受到嚴重衝擊，因此，盤點現行法規缺失、反應業者需求、研擬修法建議、營造適合原住民族經濟產業發展之法規環境，是本項措施的重要目標。

(2) 政策諮詢診斷窗口：

原住民族經濟產業相關業者，在發展產業時勢必須符合相關的法律規範，惟政府法令多如牛毛，產業發展需求面向亦甚廣，業者/產銷班/合作社等不同組織，對法規適用或未來發展感到困惑時，亟需行政部門協助，因此，本項措施期能扮演問題診斷、法規資詢及提出具體建議的角色，以促進業者與法規主管單位之共識建立，順暢產業之經營運作。

為達到上述目的，本項措施相關工作項目說明如下：

(1) 成立原住民族經濟產業發展智庫

主要設置目的係公部門與私部門間之橋接，一方面協助政府

了解市場狀況、政策投入、發展趨勢、法制課題等政策推動之必要資訊，作為政策智庫；另，在面對私部門之工作上，包括蒐集共通議題、監管計畫進度、專業技術諮詢等，統籌並協助處理私部門輔導或投入產業發展時之相關課題。

而為成立新創或輔導既有等產業發展，基本之目標應在於「協助突破廠商/產業於各發展階段之瓶頸」，然而，此種發展瓶頸會隨著廠商/產業基本條件的不同而有巨大差異，如創業初期所需資金、技術輔導、法制、土地、行銷、市場化等，又如廠商輔導階段之經營模式調整、產品調整、商業機制等；此外，雖投入廠商/產業之發展耗時，然而廠商/產業面臨瓶頸時所造成的衝擊，及其影響廠商/產業之生存，往往具有突發且急迫等特性，若廠商/產業缺乏有效面對挑戰之能力時，通常會造成廠商/產業退出市場的結果。因此，智庫成立之基礎目的在於「即時性地解決廠商/產業發展階段多樣化之課題」，主要運作方式包括診斷、媒合、轉介、建議等措施；此外，藉由智庫在面對課題過程所積累的相關知識，形成政府政策推動、修正、檢討的滾動式基礎。綜上，智庫形成所需具備之必要條件與重要工作項目簡述如次：

- 常任式專責團隊：以一般性產業發展議題領域為基礎，建立召集人制度，定期或不定期針對發展議題進行專業領域或跨域討論，以協助政府理解環境概況、政策推動與執行概況、共通性經濟產業發展議題對策等工作。
- 市場動態調查：為因應市場變動迅速，且產業、管理、資訊等技術日進千里，了解市場動態與新知，以回饋至政策推動與產業創新輔導等工作，因定期或不定期針對特定或全體市場領域提出相關報告與說明，以及建議法制修訂、政策調整、輔導機制及新知引入等工作。
- 協助專案控管：實際上，政府之政策推動多有其良好立意，然而在執行時，往往受限於人力、時間與專業知識，難以達到預

期成效，而產業發展所涉領域更為繁複，因此，透過專責與任務團隊建構，協助控管政府產業發展推動的各面向政策，如財務、營運狀況等。

- 原住民族經濟產業發展知識庫：產業發展並非一蹴可及，而原住民族的產業型態亦非像近代科技產業，只需透過資本、技術、知識的積累，即能達到一定的成效，反之，「文化價值」才是原住民族產業發展的關鍵利基，因此，知識庫的建立，即為了達到累積文化、加值文化、創新文化等目的，在推動產業發展的同時，同步達成文化保存之工作。
- 跨域政策協調：當跨部門政策缺乏有效協調時，容易導致資源錯置及浪擲的結果，為有效利用資源，故需了解各政府機關對相關產業發展領域投入之政策，在研擬具原住民族特殊性的產業政策同時，有效引入其他部會資源，以發揮最大效益。
- 經濟產業政策建言：應在市場調查、專案控管、知識累積與政策整合等工作後，針對當時經濟產業發展之機會與挑戰提出綜合性研析，並修正、延續、擬定後續執行政策與推動計畫。
- 政策宣傳與推廣：為消弭知識落差，應有效推廣並宣導政策內涵，並同步簡化申請流程與行政程序，相關工作項目有如族語版本的宣傳、懶人包、建構專門化媒體、宣傳品製作、地方說明會等。

(2) 設立原住民族經濟產業推動辦公室

不同於智庫以諮詢服務為主要目的，經濟產業推動辦公室設置目標在於實際推動經濟產業輔導，藉由協助政府推動政策以及對私部門產業發展困境之理解，因應重要議題或關鍵廠商，籌組特定目標之目的性輔導團隊，從極化發展的概念出發，建立專案性輔導機制，使得廠商/產業能具一定規模且因應市場，進而發揮母雞帶小雞之功能，輔導團隊成員組成亦將留意性別比例，以兼

顧多元面向之輔導需求。重要工作如：

- 規劃並擬訂各項作業規範及機制，針對本會補助產業示範區提供輔導諮詢服務，以協助各計畫順利推展業務，以及計畫管控等。
- 辦理產業示範區及精實創業輔導計畫案源遴選，並定期進行實地訪視，以了解各計畫實際運作進度及情況，適時予以協助，並作為績效評核之參考。
- 擔任跨部會資源整合窗口，除了解中央相關部會投入原住民族地區推動產業發展資源外，將協助本會補助產業示範區計畫有效連結各部會資源，以達各計畫之綜效。
- 綜理各計畫之行政業務，協助宣導本會輔導政策與措施，以廣宣原住民族產業發展政策，並使本計畫產生最大成果效益。

1.3 資金投資輔導

經濟產業之發展仰賴資金投入，為積極輔導原住民從事發展經濟事業，提升原住民族企業籌措創業資金之能力，本會將藉由「創業投資」、「創業輔導」及「創業融資」等多方面向，期建構符合原住民族經濟產業需求之資金募集平臺：

(1) 臺灣原住民族精實創業輔導計畫

本計畫係本會首度嘗試「創業競賽」模式，以「創業投資」為理念，提供兼具族群文化、創新創意及發展潛力之原住民創業家創業獎金。同時輔以長達6個月深度、實地、陪伴式輔導，持續提升團隊創新創業之競爭力，穩定初期創業體質，加速成長。自計畫開辦以來，即廣受原住民族創業青年及企業家之支持及期待，已成為原住民族社會享負盛名之成功輔導專案。

本期計畫，將延續前一期計畫之成功要素，依循部落地區之

產業趨勢，以學習式成長與引導模式，帶領原住民族企業家，由傳統智慧涵養淬煉出「創新」與「傳統」兼具之經營模式，融合現代科技及商業創新，成為原住民族經濟發展之種子，奠定原住民族未來產業永續之關鍵基石。

此外，為充分發揮輔導工作之長程效益，有效運用本計畫過去所輔導成功之績優創業個案，建立經驗傳承及訊息交流之平臺，藉此創造原住民族企業家間之商業合作鏈結，期催生原住民族獨有之創業生態圈，融合傳統文化、產業創新及現代經營管理技術，達成創業、就業、產業三業合一之理念。

(2) 創業金融加值措施

經本會所輔導成功之創業個案，將持續導入本會「原住民族綜合發展基金」項下之各類創業融資專案，提供族人籌措創業市場所需之財力資本，協助原住民個人、合作社、原住民企業取得創業啟動及生產事業所需之資金。此外，亦將由本會派駐於全國各地之原住民金融輔導員，持續追蹤關懷並適時介入協處。

同時，為強化跨部會之資金介接，本會將結合「財團法人中小企業信用保證基金」之資源，採「合作出資」模式，針對原住民族企業提供貸款信用保證之服務，協助原住民族企業主取得事業發展所需之重要資金。此外，亦將納入相關部會之貸款、補助及投資業務，有效引導政府及民間資金投入原住民族經濟產業之發展，達到本會照顧原住民基本生活宗旨及原住民企業永續經營目標。

【實施策略二：產業人才培育】

原住民族經濟產業發展最關鍵因素在於人才，而從前述問題評析觀察，不難發現原住民並非缺乏人才，而是無法將人才導入到原住民族經濟產業發展的環境中，其原因或許是相關知識背景之原住民認為一般產業市場較有發展機會，或是不知道從何管道參與原住民族經濟產業推動相關事務。爰針對本項策略提出 2 項重要措施，包括「產學合作串聯」及「人才挖掘橋接」，其執行策略與方法分述如下：

2.1 產學合作串聯

依據教育部原力網資料顯示，105 學年度計有 17 所大專院校開設 24 班原住民專班，概析原住民族專班開設之目的，有下列三項：一是增加原住民族學生接受高等教育之機會、二是因應原住民族重點稀缺人才的培育、三為培育兼具專業知識及原住民族文化素養之高等教育人才，且大多與原住民族經濟產業具高度關聯性，謹就各院校開設之專班名稱表列如下：

學校	專班名稱或招收科別
國立暨南國際大學	原鄉發展跨領域學士學位學程原住民族專班
國立宜蘭大學	土木工程學系原住民專班
國立聯合大學	原住民文化創意產業學士學位學程原住民專班
國立屏東大學	原住民族健康休閒與文化產業學士學位學程原住民專班
世新大學	數位多媒體設計學系動畫設計組原住民專班
中原大學	設計學院設計學士原住民專班
中華大學	土木工程學系原住民專班
大葉大學	餐旅管理學系原住民專班
大葉大學	傳播藝術學士學位學程表演藝術原住民專班
大葉大學	造型藝術學系原住民專班
義守大學	傳播與設計學院原住民專班
義守大學	觀光餐旅學院原住民專班
義守大學	護理學系原住民專班

學校	專班名稱或招收科別
義守大學	長期照護原住民專班
實踐大學（高雄校區）	休閒產業管理學系原住民專班
長榮大學	管理學院學士原住民專班
開南大學	公共事務管理學系原住民專班
佛光大學	傳播學系專班
稻江科技暨管理學院	原住民老人福利與社會工作專班
明道大學	精緻農業學系原住民專班
慈濟科技大學	五專/護理科（2班）
大仁科技大學	四技/社會工作系
大仁科技大學	四技/觀光事業系

為有效落實開設專班之初衷，本項措施規劃從原住民族專班著手，並逐步與行政院農業委員會與臺灣大學等7所大專院校合作設立之農業推廣委員會、文化部所屬國立臺灣工藝研究發展中心等共同合作，建構產學合作機制，其執行策略概述如下：

- (1) 企業講座：邀請與原住民族經濟產業相關之經營者於學期間分享經營管理經驗，一方面激發學生對原住民族經濟產業的興趣，一方面讓校方了解產業界發展概況，俾利策劃適性適用之專業課程。
- (2) 徵求職缺：徵求產業示範區及精實創業輔導計畫相關機構、法人或團體釋出寒暑假見習職缺，工讀津貼由本會支付。
- (3) 公告徵才：由本會於適當平台公告徵求在學之原住民族專班學生，於寒暑期投入相關產業工讀，一方面為產業界注入創新元素，一方面讓學生跟業界有所串連。
- (4) 職缺媒合：由業界代表面試具見習意願之原住民學生，並提供適當性質工作，及施予在職訓練，俾發揮加乘綜效。

「傳統是根源，創新是希望」，本項措施期運用產學合作方式，提供就

讀相關科系之原住民青年利用寒暑假於原住民族產業見習的機會，結合青年創新能力及業者經營經驗，一方面可激發新興能量，開發具市場性之商品，一方面使青年利用寒暑假賺取工資，俾免學期間耗時打工，致影響學業。兩相加成結果，可使青年加深文化涵養，提高畢業後投入原住民族產業之意願，亦可使現行產業注入創新元素，進而提升經濟收益。

2.2 人才挖掘橋接

本會於 104 年度辦理首屆「原住民族企業發展論壇」，邀請曾經受本會執行創業及產業相關輔導之原住民族業者、曾經申請並核貸本會原住民族綜合發展基金「經濟產業貸款」、「青年創業貸款」、「微型經濟活動貸款—生產用途」之族人及實際從事原住民族經濟產業之業者參加，在未極力動員的情況下，近百名族人參與，這也是首度發現有這麼多族人臥虎藏龍於各行各業中。而在上開論壇交流過程中，了解到部分族人有心投入原住民族經濟產業發展，卻無獲知相關訊息之適當管道，亦發現部分族人從事之產業可提供本會未來政策規劃參考。

有鑑於此，蒐集及建立原住民族人才資料庫是未來重點工作之一，其目的除供掌握人才現況及流動方向外，亦可適時提供本會推動經濟產業發展相關措施訊息，俾使資訊得充分流通，讓原住民族經濟產業得以藉此創造多元發展新機會，其操作方式如下：

(1) 策辦原住民族企業增值成長計畫

鎖定有意積極發展、改善經營體質之原住民族企業為標的，並遴聘具備企業經營策略素養及實務經驗之顧問共同組成服務團隊，前往現地提供諮詢、訪視、診斷服務，使用經市場與產業認可之診斷機制，提供企業診斷服務，並根據診斷結果，實行客製化深度陪伴輔導服務。使各原住民族企業檢視自身經營體質，協助發現應改善之問題、尋求改善與成長之道。

(2) 發掘都市原住民族經濟發展需求：為因應原住民族面對都市生活之經濟發展問題及需求，本會將以總統政見「強化都市原住民與原鄉間之支持網絡」為主體，針對「產業通路拓展」、「提升附加價值」

及「籌募創業資金」等面向，確實建立原住民族之城鄉產業鏈結，並推動都會區之「原住民族拓銷據點」、「原住民族影視音樂文化創意產業」、「原住民族企業創投及貸款資金募集」等各項業務。

(3) 持續辦理企業論壇

為實際了解原住民族業者之需求，使其能充分表達想法及建議，爰賡續辦理本論壇，以互動式傾聽及對談方式深入瞭解原住民族業者之心聲，並透過議題討論，創造集體智慧及創造力，作為本會推動經濟發展相關政策之參考。藉由活動辦理，除蒐集政策建議外，亦可建置人才資料。

(4) 組織產業交流聯盟

以前一期計畫培養之產業示範區經營管理專業人才、精實創業輔導業者為基礎，並參考南投青農聯盟（NTYF）組織型態，扶植形成聯盟組織或社群團體，並定期舉辦交流工作坊，讓同業異業間可透過交流互通有無，創造雙贏局面。

【南投青農聯盟簡介】

南青盟係由南投縣農會輔導之青年農民優質無毒農作物推廣組織。透過公部門的輔導與返鄉青農的努力，讓更多人支持友善耕作、善對淨土、打造永久的居住環境。並讓更多的消費者多個健康無毒養生的好選擇。南青盟作為推廣之平台，使同業異業結盟，共創雙贏之新農業。

(5) 舉辦中高階產業訓練

透過辦理企業論壇或交流工作坊，一方面蒐集人才資料，一方面可了解業者職能與產業發展面之缺口，規劃適性之中高階產業經營面向之教育訓練，以提升專業知能。

【實施策略三：品牌通路建構】

品牌型塑及通路推廣是本會前期 4 年計畫之重點工作之一，其目的係為使辛苦經營而生產出來原住民族產品或服務，提高市場能見度，進而被目標市場喜愛、欣賞，以促進實質消費，達到提升族人經濟收益之目標。

而目前本會建置之通路多以實體通路為主，在網路四通八達的時代應有與時俱進的作為，且為使品牌能確實傳達原住民族文化精神，塑造其獨特性，俾利永續經營，爰本項策略提出 3 項重要措施，包括「品牌型塑推廣」、「城鄉通路串接」及「數位虛實整合」，其執行策略與方法分述如下：

3.1 品牌型塑推廣

品牌所形成的影響力不僅代表著開拓市場和獲得利潤的能力、可以有效反應出各個產業的發展趨勢，同時更是消費者在選擇商品時的關鍵因素；也因此，打造品牌影響力便成為不少企業深度經營的目標，而其評估結果更可望有助於業者的自我提升並做為擬定品牌策略時的主要參考依據（品牌志編輯部，2016.11.11）。因此，本會於 100 年度建立原住民族文化創意產業品牌「Ayoï」、104 年度建立原住民族部落旅遊品牌「uhtan'e ho mimimiyo」、105 年度建立原住民族特色農業（含農作物及食品）品牌「ka^so'ay」，並積極參與相關大型會展，除推展品牌形象外，亦提升本計畫各工作項目輔導之業者產品能見度。其執行策略如下：

(1) 選定參展場次

依展覽規模、觀展人次、區位等因素綜合考量，選定各產業別參展場次，設置大型專區，除主打本會各品牌形象外，並依產業發展進程，初期以綜合展為主，透過 B to C 行銷策略，提升產業能見度。並逐步以專業展為導向，遴選農業類優質業者參與有機展或各類食品展，遴選文創類優質業者參與臺灣文博會、日本東京禮品展、法國家飾用品展等，提供相關業者商品銷售管道，並藉此開拓 B to B 商機。

(2) 選定參展產品

由本會輔導的業者中，擇優遴選參展產品，一方面讓產品接受市場考驗，一方面給予業者肯定，藉由媒體效應，提供其曝光管道，並透過洽接訂單，穩定產業銷售通路。

(3) 代言人行銷策略

因應萌經濟時代崛起，可愛、親切、隨傳隨到、應用無限制的虛擬偶像或代言人可替原住民族產業宣傳注入吸睛元素，因此，本會於 105 年度設計之「部落小鷹」即扮演原住民族產業代言人角色，於各會展首度亮相，頗受小朋友喜愛。

「部落小鷹」是以貓頭鷹意象設計，而貓頭鷹在許多原住民族群中有「祝福」、「報喜」之意（如：貓頭鷹是布農族的送子鳥，也是嬰兒的守護神；阿美族相信貓頭鷹是森林的守護神，夜間登臨係傳遞族人婦女懷孕的佳音；卑南族相信貓頭鷹鳴叫是帶來喜訊；邵族認為貓頭鷹是靈鳥，是吉祥的象徵），其設計圖式如下：



本期計畫除持續強打「部落小鷹」代言形象，並將開發相關週邊商品，如明信片、Line 貼圖等，以深化民眾印象。

(4) 折扣或優惠方案設計

結合原住民族產業相關業者，提出優惠券或折價券等相關操作模式，透過會展行銷，導入遊客至原住民族地區消費，以串聯展會前、中、後之行銷效益。

(5) 話題行銷策略

鑒於原住民族影視音樂人才漸受關注，本會近年來亦扶植不少影視音樂人才，因此，藉由辦理「原住民族國際音樂節」為原住民族產業做宣傳，配合攤商市集，強化話題宣傳效益。

(6) 媒體宣傳策略

以參與會展為核心，結合傳統（如電視、報紙、廣播、雜誌等）及非傳統媒體（如網路）強化宣傳，提昇品牌及產品曝光度。

(7) 建立認證制度

為使產品品質符合品牌形象，規劃推動產品或店家認證制度，凡符合標準者則授予標章，供產業經營者懸掛或張貼，除給予產業經營者肯定外，亦可提升消費者對原住民族產品之信心，進而增加購買率，以創造實質經濟效益。

3.2 城鄉通路串接

健全而穩定的產品通路，一直是原住民業者深感困擾的問題之一，尤其是小型新創事業或小農，無法具全通路人才負責打通通路管道，常形成空有產品沒有市場的局面，因此，本會自 100 年度起即於華山文化創意園區設置「Ayoï 原住民族文創館」，提供原住民族文創商品、農產乾貨銷售平台，除臺北據點外，105 年規劃增設臺東據點及金門據點，爭取消費商機。

以 105 年 9 月份人各縣市人口統計數據觀察，全國有將近 6 成人口設籍於六都，都會地區消費市場遠較原住民族地區龐大，資訊傳遞及科技運用亦較原住民族地區快速及發達，因此，本期計畫以前店（都會區）後廠（原鄉）概念，開拓原鄉地區生產之各類產品在都會區的通路，一方面讓生產者專事生產，開發更多優質產品，一方面讓都會區原住民可以跟母體文化產生鍊結，將原鄉好物行銷給都會區眾多的消費人口。爰本項措施以下列三個面向整合推動：

(1) 建置都會地區產業營運據點

鼓勵各縣市政府於轄內遴選妥適地點建置原住民族產業營運據點，讓具有地方特色之原住民族文創商品或農特產品有一個易於讓消費者觸及的展售空間。

建置地點原則以現有公共閒置空間為優先考量，並應通盤評估交通便利性、人潮聚集性、產品市場性等因素，規劃有助於原住民族商品銷售之實體據點，據點建置亦應具備性別友善之設施設備。

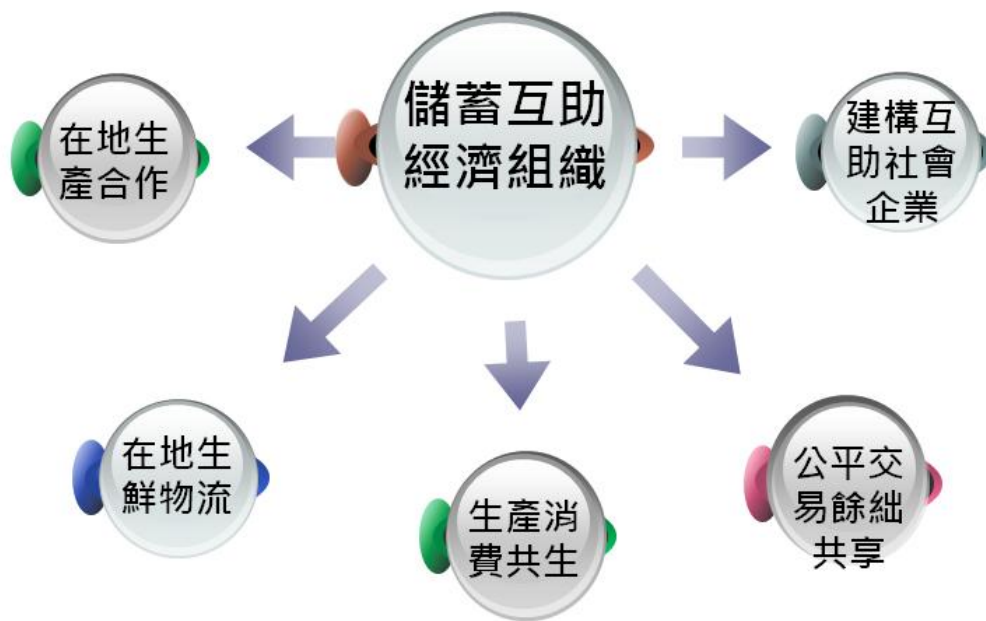
(2) 拓增「Ayoï 原住民族文創館」品牌通路

以連鎖超商「直營店」及「加盟店」的概念進行操作，並以具備性別友善空間之場域為設置地點，其具體策略如下：

- 直營店：由本會委託具店面經營管理專長之專業廠商經營「Ayoï 原住民族文創館」，設點區位以都會地區或商業型態聚落為主，並設定年營業額及寄銷業者家數，以兼顧據點品牌經營及寄銷業者收益
- 加盟店：由本會補助原住民個人或機構、法人及團體於國內外設置據點，且須於據點空間標示「Ayoï 原住民族文創館」，一方面鼓勵原住民業者學習據點經營，一方面藉由廣設據點，擴大原住民族行銷通路，爭取原住民族國際商機，提昇品牌能見度。

(3) 開發生鮮農產互助組織

有鑑於原住民農民多以小面積生產為主，且所生產之作物多被中盤商收購，其利潤及微薄，而生鮮的農作物因有易腐壞、獨特性及區隔性低、在短期內盛產、天災風險高之特性，並不適宜於上述「Ayoï 原住民族文創館」內進行販售，故針對農作物規劃以「互助經濟」模式，即儲蓄互助經濟組織架構生產者與消費者間的通路串接管道，以輔助農民降低產、銷成本，並以符合公平交易精神產出優質產品，為農民友善環境環保意識之耕作方法生產的自然農業農產品取得合理利潤，促使部落農業得以轉型朝向集體合作、互惠及企業化組織、經營與管理形態發展，從而創造部落農友脫貧契機，實踐部落產業永續發展的願景，其運作方式如下圖所示：



3.3 數位虛實整合

全球化是當代社會的趨勢，而全球化造成疆界的毀壞，社會的範圍不再等同於國家的範圍，全球經濟業已隨著資通訊科技及網路的發達漸漸轉型，原本以金融資本及市場實體交易的商品及服務為中心，隨著雲端、大數據、物聯網、行動裝置的設計開發，逐步轉形以虛實整合、經濟共享及服務為重

點核心，因此，要推展原住民族經濟產業，自當無法自外於網路及全球化之趨勢。

但衡酌現況，原住民族經濟產業經營者數位應用能力相對薄弱，因此，本期計畫規劃從數位虛擬通路著手，主要策略如下：

(1) 原住民族特色商品數位整合行銷

以本會已建置無線寬頻網路之部落為基礎，透過「數位故事行銷」整合力，活化傳統文化元素，增強特色商品之數位行銷推廣能量，從基礎故事行銷專業力之培養開始，培訓原住民族經濟產業團隊之故事撰寫、採訪及編輯等多面向綜合能力，並輔以資訊科技應用之影像、拍攝、美編、設計等能力，整體提升多元人才之創造力與執行力。

(2) 線上線下數位虛實銷售接軌建構

- 整合「Ayoit原住民族文創館」之實體銷售通路，建構虛擬數位通路，達到雙邊無縫接軌，虛實整合，擴大行銷推廣涵蓋面。
- 活用既有國內知名電子商務平台宣傳行銷：運用國內知名電子商務平台之活躍會員與人氣人流，以中文文案撰寫、拍攝照片、美編設計、製作中文影音短片等協助將原住民族之相關文化特色商品或農作加工食品等於平台上進行上架銷售，如：團購網/合購網（Gomaji、Life 17等）、一般B2C平台（PCHome、博客來、MOMO等）。

(3) 原住民族特色商品海外整合行銷

- 運用既有國際知名電子商務平台宣傳行銷：以英文文案撰寫、拍攝照片、美編設計、製作英文影音短片等，協助將原住民族之相關文化特色產品或農作加工食品等，於跨國電商平台上進行上架銷售，以各平台廣大的使用者及瀏覽量帶動整體數位商

機發展，如樂天、Amazon、Lazada、eBay、wish 等皆可列入參考。

- 結合非傳統數位網路：以其他數位網路推廣平台為媒介，透過中英文版動人故事論述、精美照片/影片拍攝，同時向國內外一般大眾教育及宣傳臺灣原住民族文化特色及相關產品或服務，整體性擴大曝光度與宣傳效益，平台媒介類別如：群眾募資（如創夢群眾募資平台、flyingV、嘖嘖 zeczec、貝殼放大等）、共享經濟（如 Airbnb）等。

(4) 原住民族傳統智慧創作運用及授權：

- 透過法規鬆綁、強化即時溝通管道等作法建立優勢，運用傳統生態知識、文化、技術及社會價值等在地知識作為新產業的基礎，透過原住民族傳統智慧財產權的應用與授權，並將原住民族傳統智慧創作文化創意產業之建立與拓展，納為我國智財戰略綱領核心項目，以創意、知識、人力為核心的文化智財翻轉現有產業模式。
- 積極建立集體授權平台，輔導利用者向原住民族智慧創作專用權人展開授權作業，發揮文化內容市場價值，藉以強化流通運用及加值環境，以此促進文創產業發展，並能使原住民族與部落透過智慧創作專用權之授權，獲得經濟利益，得以自行發展其族群與部落之經濟、文化、教育等友善環境，創造三贏之局面。

【實施策略四：產業示範亮點】

為型塑原住民族產業特色，本會於前一期計畫以原住民族傳統知識與智慧為基礎，並以特色農業、文化創意產業、生態旅遊產業為主軸，再導入部落溫泉硬體建設，串連產業鏈，型塑產業群聚效應。

本期計畫延續前一期「原住民族知識發展創意經濟-產業示範區計畫」之精神，並以紮根、深化、續航為推動方向；除持續挖掘具發展潛力之產業區位，投入基礎工程（含資金、人才、基礎設施設備），鼓勵推動跨產業別之整合計畫，深化市場價值，更針對現行產業示範區或精實創業輔導計畫成功案例加強輔導並整備基礎條件，連結國家發展委員會、經濟部、行政院農業委員會、交通部觀光局、文化部等相關部會有關創新研發、技術開發、品牌輔導等專案資源，除強化政府各部門間跨域資源整合效益外，亦可促成原住民族產業與市場接軌之目標。爰針對本項策略提出3項重要措施，包括「產業特色型塑」、「產業群聚鍊結」及「跨域淬煉加值」，其執行策略與方法分述如下：

4.1 產業特色型塑

本項措施延續前一期產業示範區計畫「找特色」的概念，亦即產業示範區先期規劃階段，以原住民族傳統的人、文、地、產、景為出發點，將固有的傳統技能或技藝如農耕、漁獵、畜牧、工藝、樂舞等加以轉換，再導入現代科技或技術，藉由專業團隊陪伴輔導，並透過資源盤點調查，發掘產業缺口，勾勒出產業發展藍圖，提出產業示範區三年推動計畫書。其執行步驟如下圖：



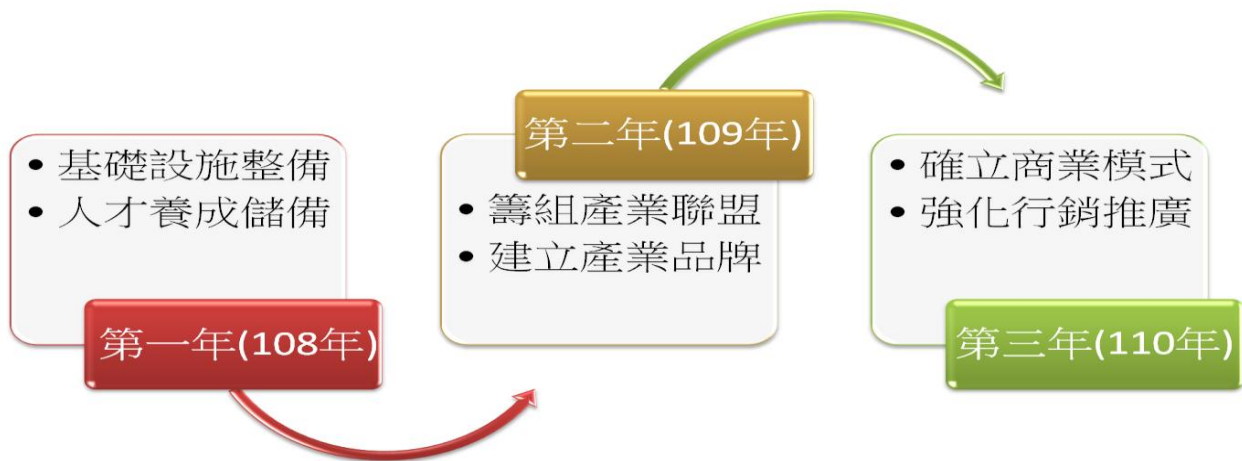
以下針對本項措施執行策略概述如下：

- (1) 公開甄選：由本會擬定甄選簡章，公開徵求各級地方政府、民間機構法人團體依區域產業特色提出發展構想，另著眼人口大量成長之都會區原住民族經濟發展需求，訂定一定比例都會區特色型塑案源。
- (2) 計畫類型：有鑑於現行產業型態大都以多元方式發展，且都會及原鄉地區適性發展型態有異，故本期計畫規劃以「由上而下」政策引導輔以「由下而上」創意發想雙管齊下方式，開發出不同之計畫類型，選擇方式如下：
 - 先選擇基礎（或主要）產業類型：農林漁牧類、文化創意類、休閒旅遊類、其他。
 - 再選擇擬結合產業類型：資通訊、生物科技、醫療保健、體育休閒、餐飲業、智慧財產授權、綠色低碳等（可不選）。
- (3) 遴選條件：
 - 具備在地產業群聚落特徵，與原住民族知識傳承具關聯性；
 - 既有產值及就業人口，已有一定規模、且能帶動其他相關聯產業的生產活動，並具示範效果者；
 - 具有社區營造經驗及相關部會資源投入成果；
 - 具技術、市場及財務可行性者；
 - 產業經營須兼顧原住民族生計及原有土地利用型態。
- (4) 計畫期間工作重點：
 - 共識凝聚：因為「人」往往是決定計畫執行成敗之重要關鍵，因此，擇定主要執行工作團隊（以立案組織為佳）並凝聚計畫區域內相關成員共識，視本階段首要工作重點。

- 資源盤點：為確立產業發展藍圖，必須先了解計畫區域內具備或欠缺何種發展條件或因素，因此，詳細的資源盤點可架構符合發展需求之產業藍圖。

4.2 產業群聚鍊結

本項措施延續前一期產業示範區計畫「補不足」的概念，亦即產業示範區推動計畫階段，以完成先期規劃且產業發展藍圖具可行性、發展性及市場性者為優先遴選對象，計畫執行期間最長三年，以籌組產業聯盟、建構商業模式、建立產業品牌為首要目標，其執行步驟如下圖：



以下針對本項措施執行策略概述如下：

- (1) 公開評選：由本會擬定評選機制，就先期規劃單位提出之三年推動計畫進行審查，選擇具可行性、發展性及市場性者執行計畫。
- (2) 發展方向：複合型產業發展，有助提升產品附加價值，提供更為多元之就業機會及經濟收益來源，其可能發展的產業型態如下：
 - 農業結合生物科技，發展出機能性農產品、農用生物製劑等產業化應用。
 - 文創結合科技運用，發展出數位典藏授權、藝術或表演經紀等

延伸價值。

- 旅遊結合體育休閒，創造出符合現代人需求之產業型態，並帶動相關週邊商品。

(3) 計畫執行期間工作重點：

- 強化陪伴輔導：因原住民族產業接觸市場的時間較短，對市場機制運作不熟悉，因此，完善的陪伴輔導團隊適時導入相關資源將有助商業模式建構，並順利與市場接軌。
- 落實退場機制：因本階段執行期程為期三年，期間常遇有行政部門效率不彰、在地團體意見分歧等狀況導致計畫進度延宕，尚未強化督導，並嚴格執行退場，易形成執行單位怠惰情事，浪費政府資源。

4.3 跨域淬煉加值

本項措施屬本期新增項目，目的係深化前一期計畫成功案例（包含產業示範區計畫及精實創業輔導計畫）之產業發展前景，以連結國家發展委員會、經濟部、行政院農業委員會、文化部等相關部會有關創新研發、技術開發、品牌輔導等專案資源為目標，俾健全產業發展結構，以利永續經營。謹就本措施執行策略概述如下：

- (1) 遴選優質案源：原則由前一期產業示範區計畫及精實創業輔導計畫成功案例中遴選。
- (2) 補足條件限制：輔導優質案源整備相關部會有助產業永續經營之相關計畫所需條件，必要時投入部份資金，以完備其體質。
- (3) 持續輔導追蹤：透過輔導顧問團隊適時提供協助，除協助取得其他部會資源，俾利與市場接軌外，並追蹤其發展。

依據經濟部 105 年度彙編之「中小企業資源手冊」，彙整了相關部會針

對中小企業所面臨營運問題研擬之具體策略，並就「強化資金融通」、「提升研發能量」、「協助升級轉型」、「促進商機拓展行銷」、「鼓勵創業創新育成」、「活絡地方經濟」等 6 面向整理 87 項措施之計畫目的、服務或補助內容、適用對象、申請程序等資訊，謹列舉其他部會有助原住民族產業永續經營之相關計畫供參（如下表）；因其他部會各項計畫多有資本額、經營實績、公司設立登記等相關條件限制，爰規劃透過本項措施，輔導或補助原住民族相關業者達到符合爭取其他部會資源之條件，以利與市場接軌，並創造更有利之發展體質。

主責部會	計畫名稱	補助額度	自備款比例	申請條件
國家發展委員會	行政院國家發展基金創業天使計畫	1,000 萬元	60%	成立未滿3年之事業或公司。
經濟部	小型企業創新研發計畫 (SBIR)	【個別申請】全程 3 階段 1,800 萬元 【研發聯盟】全程 3 階段 8,000 萬元	50%	符合中小型企業認定標準之公司。
經濟部	服務業創新研發計畫 (SIIR)	【個別申請】200 萬元 【研發聯盟】1,000 萬元	0	依公司法登記成立之公司，且四新構想須超越目前同業水準。
經濟部	協助傳統產業技術開發計畫 (CITD)	【個別申請】200 萬元 【研發聯盟】1,000 萬元	50%	屬製造業及技術服務業者。
行政院農業委員會	農業生物科技成果產業化應用與輔導計畫	500 萬元	50%	具有農場、種苗場等場所者，需合法設立登記。
行政院農業委員會	外銷農產品品牌輔導專案管理計畫 (TGA)	40 萬元	50%	具外銷出口實績之農產業者。

二、分期（年）執行策略

實施策略	年度	工作重點
基礎環境佈建	107 年	(1) 建置產業資料庫。 (2) 委託成立原住民族產業顧問團隊及推動辦公室。 (3) 辦理第 4 屆精實創業輔導計畫。 (4) 經濟事業型貸款之成功件數 160 件。
	108 年	(1) 逐步擴充產業資料庫。 (2) 賡續委託原住民族產業顧問團隊及推動辦公室。 (3) 辦理第 5 屆精實創業輔導計畫。 (4) 經濟事業型貸款之成功件數 165 件。
	109 年	(1) 逐步擴充產業資料庫。 (2) 賡續委託原住民族產業顧問團隊及推動辦公室並研提下期 中長程計畫。 (3) 辦理第 6 屆精實創業輔導計畫。 (4) 經濟事業型貸款之成功件數 170 件。
	110 年	(1) 維運並完成產業資料庫。 (2) 賡續委託原住民族產業顧問團隊及推動辦公室。 (3) 辦理第 7 屆精實創業輔導計畫。 (4) 經濟事業型貸款之成功件數 175 件。
產業人才培育	107 年	(1) 規劃媒合機制並媒合原住民專班學生至原住民族機構法人 團體見習。 (2) 辦理第 3 屆原住民族企業發展論壇。 (3) 辦理社群交流工作坊及中高階產業訓練。
	108 年	(1) 賡續辦理原住民專班學生至原住民族機構法人團體見習。 (2) 賡續辦理第 4 屆原住民族企業發展論壇。 (3) 賡續辦理社群交流工作坊及中高階產業訓練。
	109 年	(1) 賡續辦理原住民專班學生至原住民族機構法人團體見習。 (2) 賡續辦理第 5 屆原住民族企業發展論壇。 (3) 賡續辦理社群交流工作坊及中高階產業訓練。
	110 年	(1) 賡續辦理原住民專班學生至原住民族機構法人團體見習及 規劃後續精進措施。 (2) 賡續辦理第 6 屆原住民族企業發展論壇。

實施策略	年度	工作重點
		(3) 賡續辦理社群交流工作坊及中高階產業訓練。 (4) 檢討人才資料庫建置內容並研議後續措施。
品牌通路建構	107 年	(1) 持續參與大型會展及辦理整合行銷計畫。 (2) 補助縣市政府進行產業營運據點先期規劃。 (3) 委託設置 3 處拓銷據點並補助原住民族業者國內外拓點。 (4) 洽談連結電子商務平台。
	108 年	(1) 持續參與大型會展及辦理整合行銷計畫。 (2) 產業營運據點第 1 年度建置作業。 (3) 委託設置 3 處拓銷據點並持續補助原住民族業者國內外拓點。 (4) 持續經營電子商務平台。
	109 年	(1) 持續參與大型會展及辦理整合行銷計畫。 (2) 產業營運據點第 2 年度建置作業。 (3) 委託設置 3 處拓銷據點並持續補助原住民族業者國內外拓點。 (4) 持續經營電子商務平台。
	110 年	(1) 持續參與大型會展及辦理整合行銷計畫。 (2) 產業營運據點正式營運。 (3) 委託設置 3 處拓銷據點並持續補助原住民族業者國內外拓點。 (4) 持續經營電子商務平台。
產業示範亮點	107 年	(1) 研擬產業示範區執行規範並選定產業示範區先期規劃單位。 (2) 選定前期計畫成功案例深化輔導。
	108 年	(1) 執行產業示範區第 1 年推動計畫。 (2) 選定前期計畫成功案例深化輔導。
	109 年	(1) 執行產業示範區第 2 年推動計畫。 (2) 選定前期計畫成功案例深化輔導並媒合申請其他部會資源。
	110 年	(1) 執行產業示範區第 3 年推動計畫。 (2) 選定前期計畫成功案例深化輔導並媒合申請其他部會資源。

三、執行步驟（方法）與分工

本計畫分 4 大實施策略 11 項重要措施逐步推動，其執行方式依計畫性質，以補助地方政府、補助民間團體或個人及委託專業團隊等不同方式辦理，謹分類說明步驟與分工：

（一）補助類型計畫

本計畫計有「資金投資輔導」、「產學合作串連」、「城鄉通路串接」、「產業特色型塑」、「產業群聚鍊結」、「跨域淬煉增值」等 6 項措施係補助地方政府或補助民間團體及個人方式辦理，其步驟如下：

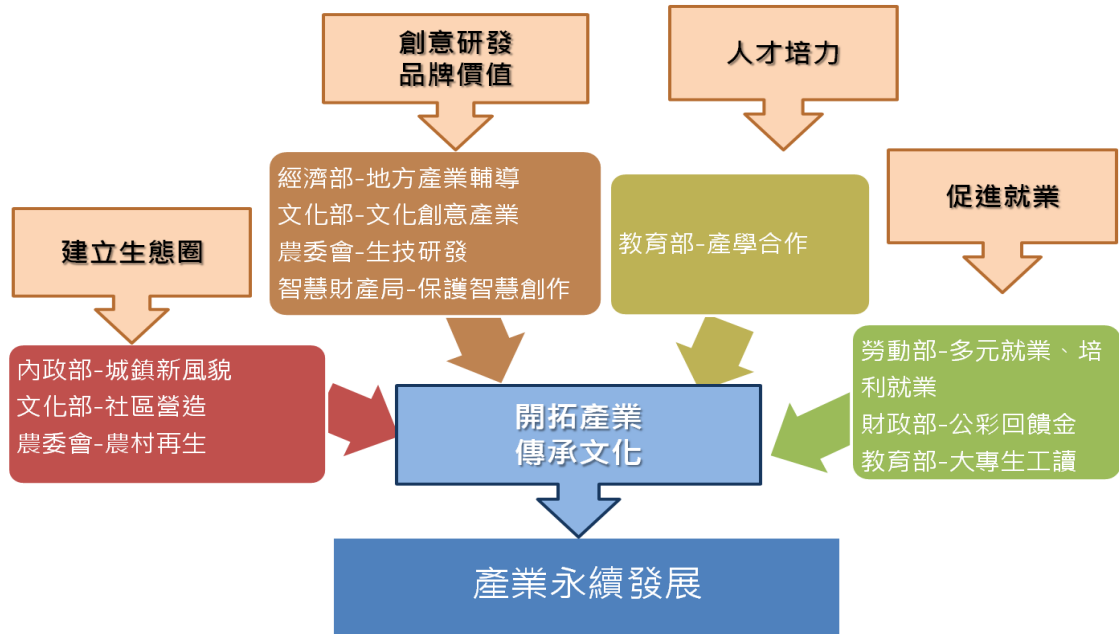
1. 研擬補助機制：明訂各項措施計畫目標、申請補助對象、提案應備文件、計畫補助類型及補助項目、補助原則及經費額度、審查程序及方式、經費核撥及核銷方式、計畫管考作業及退場機制等；其中「城鄉通路串接」、「產業特色型塑」、「產業群聚鍊結」、「跨域淬煉增值」等措施部份涉及對地方政府之補助，則參考「中央對直轄市及縣（市）政府補助辦法」所列各地方政府財力級距與中央補助百分比上限為基準，並逐年提高配合款比例，惟考量原住民族行政單位及原住民族地區財政困難問題，訂定各財力級別支配款比率下限如下表，並衡酌受補助單位之財力狀況，作適度調整。

【分年地方配合款比率表】

財力級別	107 年	108 年	109 年	110 年
第二級	15%	16%	17%	18%
第三級	10%	11%	13%	15%
第四級	8%	9%	10%	12%
第五級	5%	6%	8%	10%

2. 召開跨域資源整合平台會議：本計畫目標係為促進原住民族整體經濟及產業發展，涉及相關部會權責，爰除透過既有於交通部觀光局、行政院農業委員會、文化部等各別跨部會整合平台外，亦就各別計畫性質組成跨域資源整合小組，研議資源整合策略，以提升計畫執行綜效。謹就計

畫整合部會圖示如下。



3. 落實計畫目標管控措施：

(1) 為確保計畫經費執行與目標之達成情形，針對本計畫執行作業之相關層面，納入行政院政府施政計畫管理系統進行相關進度與績效研考作業，包括計畫之執行進度、績效、經費撥款、運用情形等，將隨時查核、評估管考、督導，並協助或督促執行機關（單位）立即解決可能遭遇之問題，以確實掌握計畫執行情形及進度。相關作業如下：

- 執行進度及工程標案進度月、季報。
- 加強計畫實質考核。
- 按季計畫查核項目之追蹤考核。
- 擇定項目辦理計畫實地查證，辦理抽驗作業。
- 計畫之年終考評作業，應依據「本會暨所屬機關年度施政計

畫管制及評核作業注意事項」辦理。

- (2) 訂定績效指標，預先辦理年度計畫先期評估作業，配合計畫執行檢討，力求年度計畫編擬之嚴謹合理。
- (3) 辦理年度計畫檢討與修正，以符合環境變化與業務之需求。
- (4) 借助學者與專家，成立服務團與監督團體，進行成果之督導與指導，力求計畫之改進與目標符合。

(二) 委辦類型計畫

本計畫計有「產業供需調研」、「知識倉儲建置」、「人才挖掘橋接」、「品牌型塑推廣」、「城鄉通路串接」、「數位虛實整合」等 6 項措施以委託民間專業單位方式辦理，其步驟如下：

1. 研擬招標需求：明訂各項措施核心目標、計畫需求及說明、預算額度、委託期程、工作項目查核點、雙方責任、量質化效益等具體事項。
2. 落實履約標的審查及驗收：確實訂明各階段履約事項，作為計畫達成進度審查依據。

上述委辦類型計畫，其主要功能係為輔助或展現補助類型計畫之成效，並檢核其效益，期藉由相互搭配串連，達成本計畫創造多元產業發展新機會之目標，俾使原住民族社會整體經濟得以成長，進而帶動文化、教育、社會福利等各面向得穩定發展及永續經營。

伍、期程與資源需求

一、計畫期程

本計畫自 107 年起至 110 年止，共計 4 年。

二、所需資源說明

(一) 人力資源

本計畫執行人力資源，由本會人力調配辦理，並依政府採購法規定，委託顧問機構成立專案辦公室擔任執行幕僚。屬調查規劃及研究性質，委託學術單位、研究單位或顧問機構辦理。

(二) 經費資源

本計畫總經費需求約為 27 億 1,040 萬元，其中 10 億 2,600 萬元由公共建設預算支應、8 億 8,320 萬元由社會發展預算支應、8 億 120 萬元由原住民族綜合發展基金支應，分年經費為 107 年 5 億 2,280 萬元、108 年 7 億 1,550 萬元、109 年 7 億 7,380 萬元、110 年 6 億 9,830 萬元。

本計畫各分項計畫經費需求如次，「一、基礎環境佈建」11 億 120 萬元，佔總計畫經費 40.63%、「二、產業人才培育」6,320 萬元，佔總計畫經費 2.33%、「三、品牌通路建構」6 億 8,800 萬元，佔總計畫經費 25.38%、「四、產業示範亮點」8 億 5,800 萬元，佔總計畫經費 31.66%；其中資本門經費為 7 億 9,120 萬元，佔總計畫經費 29.19%，如僅計算公共建設預算，資本門經費佔 43.57%。

三、經費來源及計算基準

本計畫經費來源依各重要措施屬性，分別由公共建設預算、社會發展預算及原住民族綜合發展基金支應，涉及補助地方政府事項部分，將參考「中央對直轄市及縣（市）政府補助辦法」所列各地方政府財力級距與中央補助百分比上限為基準，並逐年提高配合款比例，惟考量原住民族行政單位及原住民族地區財政困難問題，訂定各財力級別及配合款比率下限如下表，並衡酌受補助單位之財力狀況，作適度調整。

【分年地方配合款比率表】

財力級別	107 年	108 年	109 年	110 年
第二級	15%	16%	17%	18%
第三級	10%	11%	13%	15%
第四級	8%	9%	10%	12%
第五級	5%	6%	8%	10%

分項計畫	子項計畫	單位	數量合計	估算基礎說明	經費合計 (億元)	備註
一、 基礎環境 佈建	1.1 產業 供需調研	式	1	分 4 年逐步完成產業資源調查、系統建置等經費，每年平均 0.25 億元估算。	1	委辦費用 (社發)
	1.2 知識 倉儲管理	式	2	委託成立顧問團隊及推動辦公室各 1 式，每年平均 0.2 億元估算。	0.8	委辦費用 (公建)
	1.3 資金 投資輔導 (創業投資)	案	80	每年遴選 20 案優質創業案源，每案獎勵金 0.01 億元，並編列輔導費及其他業務支出 0.1 億元。	1.2	補助及業務 費用(社發)
	1.3 資金 投資輔導 (融資輔導)	件	670	每年進用 40 名金融輔導員，協助創業者核貸創業融資專案貸款，所需經費以每年 0.328 億估算。另提供原住民族企業專案融資貸款，4 年所需經費以 6.7 億估算。	8.012	原住民族綜 合發展基金
二、 產 業 人 才 培 育	2.1 產學 合作串連	人次	140	補助產學媒合學生工作津貼每人每年 9 萬元估算，並編列相關業務支出。	0.212	補助及業務 費用(社發)
	2.2 人才 挖掘橋接	場次	12	辦理企業論壇、增值輔導、交流工作坊或教育訓練費用，每年以 0.105 億元估算。	0.42	委辦費用 (社發)
三、 品 牌 通 路 建 構	3.1 品 牌 型 塑 推 廣	場次	20	每年參與 5 場次大型會展經費，每場次以 0.078 億元估算，每年並投入 0.03 億媒體宣傳及品牌標章費用。	1.68	委辦費用 (公建)
	3.2 城 鄉 通 路 串 接	處	10	利用都市內既有低度利用空間，建置產銷中心，每處補助 0.3 億元，並以標租、促參方式進行，計投資 3 億元且創造 10 處重要複合式產業營運據點。	3	補助費用 (公建)
		處	15	逐年開設拓銷據點，每處每年所需經費平均以 0.03 億元估算。	1.8	委辦及補助 費用(社發)
	3.3 數 位 虛 實 整 合	式	3	逐步拓展電商平台，每年 0.1 億元估算。	0.4	委辦費用 (公建)
四、 產 業 示 範 亮 點	4.1 產 業 特 色 型 塑	案	30	遴選先期規劃案源，每案以 0.015 億元估算。	0.45	補助費用 (公建)
	4.2 產 業 群 聚 鍊 結	案	15	由先期規劃單位遴選三年推動計畫優質案源，每案 3 年補助經費以 0.23 億元估算。	3.43	補助費用 (公建)
	4.3 跨 域 淬 煉 加 值	案	11	遴選前期產業示範區聯盟組織深化輔導(輔導期最長 2 年)，每案以 0.0454 億元估算。	0.5	補助費用 (公建)
		案	63	每年遴選優質創業案源深化輔導(輔導期最長 2 年)，每案以 0.066 億元估算。	4.2	補助費用 (社發)

四、分年經費需求

分項計畫	子項計畫	經/資門	各年度預算(億元)				合計
			107年	108年	109年	110年	
一、基礎環境佈建	1.1 產業供需調研	經常門	0.2	0.25	0.25	0.25	0.95
		資本門	0.05	0	0	0	0.05
		經/資合計	0.25	0.25	0.25	0.25	1
	*1.2 知識倉儲管理	經常門	0.2	0.2	0.2	0.2	0.8
		資本門	0	0	0	0	0
		經/資合計	0.2	0.2	0.2	0.2	0.8
	1.3 資金投資輔導 (創業投資)	經常門	0.1	0.1	0.1	0.1	0.4
		資本門	0.2	0.2	0.2	0.2	0.8
		經/資合計	0.3	0.3	0.3	0.3	1.2
	1.3 資金投資輔導 (融資輔導)	經常門	1.928	1.978	2.028	2.078	8.012
		資本門	0	0	0	0	0
		經/資合計	1.928	1.978	2.028	2.078	8.012
二、產業人才培育	2.1 產學合作串連	經常門	0.02	0.035	0.04	0.045	0.14
		資本門	0.01	0.017	0.02	0.025	0.072
		經/資合計	0.03	0.052	0.06	0.07	0.212
	2.2 人才挖掘橋接	經常門	0.1	0.12	0.1	0.1	0.42
		資本門	0	0	0	0	0
		經/資合計	0.1	0.12	0.1	0.1	0.42
三、通路品牌建構	*3.1 品牌型塑推廣	經常門	0.42	0.42	0.42	0.42	1.68
		資本門	0	0	0	0	0
		經/資合計	0.42	0.42	0.42	0.42	1.68
	*3.2 城鄉通路串接 (縣市及直營)	經常門	0.09	0.27	0.36	0.18	0.9
		資本門	0.21	0.63	0.84	0.42	2.1
		經/資合計	0.3	0.9	1.2	0.6	3
	3.2 城鄉通路串接 (民間加盟)	經常門	0.3	0.35	0.5	0.65	1.8
		資本門	0	0	0	0	0
		經/資合計	0.3	0.35	0.5	0.65	1.8
	*3.3 數位虛實整合	經常門	0.1	0.1	0.1	0.1	0.4
		資本門	0	0	0	0	0
		經/資合計	0.1	0.1	0.1	0.1	0.4
四、產業示範亮點	*4.1 產業特色型塑	經常門	0.45	0	0	0	0.45
		資本門	0	0	0	0	0
		經/資合計	0.45	0	0	0	0.45
	*4.2 產業群聚鍊結	經常門	0	0.414	0.552	0.394	1.36
		資本門	0	0.621	0.828	0.621	2.07
		經/資合計	0	1.035	1.38	1.015	3.43
	*4.3 跨域淬煉增值 (社區組織)	經常門	0.1	0.1	0	0	0.2
		資本門	0.15	0.15	0	0	0.3
		經/資合計	0.25	0.25	0	0	0.5
	4.3 跨域淬煉增值 (民間企業)	經常門	0.24	0.48	0.48	0.48	1.68
		資本門	0.36	0.72	0.72	0.72	2.52
		經/資合計	0.6	1.2	1.2	1.2	4.2
*公共建設預算經費配置	經常門	1.36	1.504	1.632	1.294	5.79	
	資本門	0.36	1.401	1.668	1.041	4.47	
	經/資總計	1.72	2.905	3.3	2.335	10.26	
社會發展預算經費配置	經常門	0.96	1.335	1.47	1.625	5.39	
	資本門	0.62	0.937	0.94	0.945	3.442	
	經/資總計	1.58	2.272	2.41	2.57	8.832	
綜發基金預算經費配置	經常門	1.928	1.978	2.028	2.078	8.012	
	資本門	0	0	0	0	0	
	經/資總計	1.928	1.978	2.028	2.078	8.012	
總計畫經費配置	經常門	4.248	4.817	5.13	4.997	19.192	
	資本門	0.98	2.338	2.608	1.986	7.912	
	經/資總計	5.228	7.155	7.738	6.983	27.104	

陸、預期效果及影響

一、預期效果

- (一) 透過產業供需調研，完備原住民族產業資料庫建置，一方面供本會及相關部會具備充足資訊，俾供研擬符合需求之政策方針，一方面提供民眾搜尋原住民族產業訊息，俾提高相關產品及服務之曝光度。
- (二) 透過知識倉儲管理，型塑本會政策智庫，提供事涉原住民族經濟產業發展相關法令修訂意見，以利創造對原住民族友善的法制環境，另外，提供族人政策諮詢窗口，解決族人在法律適用疑義，並協助產業發展進程之專業診斷，以利規劃可永續發展之產業藍圖。
- (三) 遴選 80 案優質創業案源，透過資金投資輔導，挹注族人在創業起步階段之創業資金，並提供陪伴輔導服務，俾站穩創業腳步，另結合融資措施及金融輔導服務，提供 670 家業者便利、靈活的資金週轉機制，減低事業經營風險。
- (四) 藉由產學合作串連，提供 140 位對原住民族產業有興趣之青年學子於在學期間即可接觸市場脈動，以確立人生方向，並可為原住民族產業/企業注入創新活水，活絡生機。
- (五) 藉由人才挖掘橋接，建置原住民族人才資料庫，提供業者專業人力需求，以解決產業/企業經營管理專業人才短缺問題，另透過相關人才組成之產業交流聯盟，互通有無，讓產業發展資訊得以暢通。
- (六) 參與 20 場次大型會展，透過品牌型塑推廣，提升原住民族產業品牌知名度，並塑造市場口碑及獨特性，以創造實際經濟收益，另藉由品牌認證機制，一方面給予原住民族業者肯定，一方面提升消費者對原住民族產品之信心，進而增加實質購買率。
- (七) 透過城鄉通路串接，於都會地區建構 15 處原住民族產品拓銷實體通路，解決原鄉地區產品通路問題，讓都會地區廣大消費人口有機會觸及原住民族商品，另結合都會區原住民市場經營能力，鍊結都會及原鄉產業關

係，並於都會地區挑選低度利用公共空間或新建產銷中心，結合文化宣傳、觀光導覽、技術知識交流及實體商店等複合式活動，透過標租、促參等方式進行，建構 10 處重要據點。

- (八) 透過數位虛實整合，善用網路快速傳遞功能，讓實體店面結合電子商務，開發原住民族產品多元市場，以符合消費者現今消費型態。
- (九) 藉由產業特色型塑，在現有基礎上結合關聯性產業，讓地方充分思考具文化特色及發展前景之產業發展藍圖，且透過整合地方相關成員共識，以減低下階段推動計畫執行時之人為障礙。
- (十) 藉由產業群聚鍊結，建構 15 處產業示範亮點，串聯產業鏈，建構商業模式，並完備產業營運聯盟，以利地區產業永續經營。
- (十一) 藉由跨域淬煉增值，深化輔導前一期計畫成功案例至少 74 案，並補足連結其他部會資源之缺口，以健全產業發展體質，並足以與一般市場競爭。

二、計畫影響

(一) 自主治理

- 1. 組織自主：以部落傳統價值為基底，扶植原住民族經濟體。
- 2. 資源自主：藉由自然資源循環運用，降低成本，創造低耗能的產業環境。
- 3. 產業自主：產業鏈垂直整合，建構原住民自主的產銷網絡關係，避免平地短線商業模式及資本主義式的剝削關係。

(二) 多元多軸

- 1. 多連結：創造原住民族產業鏈的垂直與橫向連結，創造地域提攜，形成多元區域聯盟。
- 2. 多適地：適應不同地域的文化條件及生態限制，創造地方永續的經濟生活型態。

3. 多樣化：發掘足以代表地方特色的核心經濟活動以彰顯族群或區域的多樣性。

(三) 幸福經濟

1. 歸屬感：發展共作共榮的共享經濟體以創造族群歸屬感。
2. 自信感：恢復文化尊嚴，分享文化價值並讓族人從傳統文化與在地知識中建立在當代社會中安身立命之道。
3. 安心感：經濟自立，善用部落資源，以公平利益分配來回饋部落福祉及照護。

柒、財務計畫

一、經濟效益基本參數假設

(一) 評估年期

本計畫總計有 11 項子計畫，分別為產業供需調研、知識倉儲管理、資金投資輔導（創業投資及融資輔導）、產學合作串連、人才挖掘橋接、品牌型塑推廣、城鄉通路串接、數位虛實整合、產業特色型塑、產業群聚鍊結及跨域淬煉加值等。本計畫以民國 107 年作為現值基準年，並據以進行初期財務試算，以興建規劃期 4 年、後續營運評估期 10 年，合計年期共 14 年估算。

(二) 物價上漲率/工資上漲率

民國 95 至 104 年之消費者物價指數(CPI，通貨膨脹率)平均約為 1.11%(行政院主計總處)，考量歷年通貨膨脹率趨勢與台灣未來總體經濟發展預測，本案假設物價以及工資上漲率以 1.2% 計算。

(三) 折現率/資金成本率

依國家發展委員會「公共建設經濟效益評估及財務計畫作業手冊」說明社會折現率可參照政府借款利率，故本案參酌台灣 10 年期以上中央公債平均殖利率訂定之，民國 105 年 12 月時在 1.2517% 至 2.1710% 之間，其平均值約為 1.7281%(證卷櫃買中心)，假設政府基金動支利息為 1.7%；另，在考量政府計畫、行政等相關風險等因素後，加碼 1.8% 計算，因此，假設資金成本率為 3.5%，作為本案折現率與資金成本率之基礎。

二、評估方法

財務評估方式包括內部報酬(IRR)、淨現值法(NVP)、益本比法(B/C)等方式，然益本比法主要用於評估營運期間之營運績效，以營運收入與營運維修成本之現值進行比較，並未考慮初期之投入成本，因此其比值大於 1 時雖表示投資方案具有營運可行性，卻無法判斷是否能夠支付初期投入成本。故本案採用之財務評估指標乃以內部報酬率(IRR)及淨現值法(NPV)

為主，各評估方法之計算公式分述如下。

(一) 內部報酬率(IRR)

定義為能使投資方案所有現金流量的現值為零的利率，或能使所有收入的現值等於所有支出的現值之利率。經常運用於以下三種情形：一是政府機關評估公共投資；二是企業進行投資決策；三是證券投資者決定投資對象。此法之優點則於考量了投資計畫整個期間之全部成本與收益，無選擇折現率之困擾，表達出所有替選方案之優劣順序，利於決策進行。

一般而言，民間業者希望方案之報酬率至少不低於市場貸款利率，方為具經濟可行方案，因此當估算報酬率低於市場貸款利率時，政府應研擬獎勵政策，以吸引民間投資。

$$\sum_{j=0}^N (R_j - C_j) \times (1 + i)^{-j} = 0$$

R：每期之收入

C：每期之支出

N：評估年期

(二) 益本比法(Benefit/Cost Ratio Analysis)

益本比分析(Benefit/Cost Ratio Analysis)適用於公領域方案的分析。傳統方式：[利益的當量值-損利(disbenefit)的當量值]/成本的當量值(包含維修操作成本)；修正方式：[利益的當量值-損利(disbenefit)的當量值-維修操作成本的當量值]/期初成本。若方案的 B/C 比值 > 或 = 1.0，則方案可以投資。

益本比法與報酬率法的觀念相同，都是一個相對的比較單位，這是有別於年值法、現值法的絕對貨幣單位，故在評估數個方案時，益本比法與報酬率法的原則及分析流程完全相同，均採用增額分析評估之觀念，可參考增額報酬率之評估方案步驟，都必須計算出個別方案本身之 B/C 值，選擇符合最小要求 B/C 值的方案，然後在看其增額的 B/C 值是否符合增額的要求，而選擇一最佳方案。

$$\frac{B}{C} = \frac{P.W.B.}{P.W.C.} = \frac{A.B.}{A.C.}$$

P.W.B.：效益的現值

A.B.：效益的年值

P.W.C.：成本的現值

A.C.：成本的年值

(三) 淨現值法(NPV)

以每年所生產之淨利以 r 之利率折現加總後所得之值，若值為正，則該投資方案可行；若值為負，則該投資方案不可行。為投資評估使用最廣的一種方法，因考慮了貨幣之時間價值及整體投資計畫全部年限之效益和成本，無論自實務或學理上來說，淨現值法應是資本預估準則之最佳方法。但折現率之訂定，須有切適的估計方法，例如：社會折現率、資金成本等，需以不同之立場下考量。

$$NPV = \sum_{i=0}^N \frac{(B_i - C_i)}{(1+r)^i}$$

B_i ：每期之收入

C_i ：每期之成本

r ：折現率

(四) 自償率(SLR)

營運評估年期內各年現金淨流入現值總額，占公共建設計畫工程興建評估年期內所有工程建設經費各年現金流出現值總額之比值。

$$SLR = \sum_{i=0}^N \left[\frac{B_i}{(1+r)^i} \right] / \left[\frac{C_i}{(1+r)^i} \right]$$

B_i ：每期之收入

C_i ：每期之成本

r ：折現率

三、 成本與效益

(一) 投資成本

本計畫 107 年至 110 年於經常門與資本門分別將投入 19.192 億元與 7.912 億元之經費，總計經費共 27.104 億元。其中，其中 10.26 億元由公共建設預算支應、8.832 億元由社會發展預算支應、8.012 億元由原住民族綜合發展基金支應，分年經費為 107 年 5.228 億元、108 年 7.155 億元、109 年 7.738 億元、110 年 6.983 億元。

(二) 原住民族綜合發展基金

由於原住民族綜合發展基金於本計畫中係為「投資貸款」性質，希冀透過較為有利的貸款機制，鼓勵並帶動原住民族企業之發展，因此，在基金的運用上，應估計其經濟成本以作為基金應孳息部分，在此，依「原住民族綜合發展基金」項下之「經濟事業貸款」及「青年創業貸款」貸款之年息為 1.22% 計算；此外，並評估基金本息償還，自計畫實施第 2 年起(民國 108 年)至民國 114 年，逐年以 2 千萬、3 千萬、4 千萬、4 千萬、4 千萬、4 千萬、7.31 千萬，爾後逐年償還 1 億元直至計畫終期(民國 120 年)。

(三) 直接經濟效益

估計本計畫直接投入產業發展，可獲得之直接經濟效益，包括產業特色型塑、產業群聚鍊結及跨域淬煉加值等產業示範區推動計畫，以及品牌型塑推廣、城鄉通路串接及數位虛實整合等產業營運平台，整合行銷民族產業品牌與原住民族商品展售通路等計畫。預期創造至少 30 個文化創意、特色農業與部落旅遊創意休閒工坊，預計首年總產值可達 1.1 億元，並依物價上漲率 1.2% 增加。

另，預計在產銷中心的投入回收部分，於 107 年為規劃、新建、整建及招

商階段，故首年租金(權利金)收入為 0，而於 108 年起正式營運 2 處，預估年租金(權利金)收入為 500 萬元，109 年新增 4 處，預估年租金(權利金)收入為 1,000 萬元，110 年新增 4 處，預估年租金(權利金)收入為 1,500 萬元，111 年 15 處中心得完全投入營運，預估年租金(權利金)收入為 2,000 萬元，且至 112 年完全招商完成，預估年租金(權利金)收入為 3,000 萬元，直至 120 年止。

(四) 經濟效益評估

以相關直接經濟效益產出之預估，運用現金流量分析以淨現值(NPV)等相關財務指標來探討其經濟效益可行性，並估計現金流量分析。則本計畫之淨現值將達 130,954 千元(>0)、益本比為 1.05(>1)，內部報酬率為 4.36%(>3.5%)，顯示本計畫之投資具有直接經濟效益。

此外，由於本計畫經費預算涉及不同面向，故在自償率計算時，僅估計公共建設投資資本門部分成本，以及租金/權利金回收部分收益，並假設資本折舊年期為 15 年之固定(定額)折舊。因此，計入資本投資殘值後，自償率為 52.49%(不計入殘值則為 32.69%)。

(五) 直接經濟效益評估結果

項目	評估結果
經濟淨現值	130,954 (千元)
經濟益本比	1.05
經濟內部報酬率	4.36%
自償率	52.49%

經濟效益財務報表

單位：千元	年度														合計
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
開發年	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	合計
會計年度	107	108	109	110	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120	
成本															
公共建設預算	330,000	517,700	571,000	490,500	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,909,200
原住民族綜合發展基金	192,800	197,800	202,800	207,800	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	801,200
小計	522,800	715,500	773,800	698,300	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,710,400
原住民族綜合發展基金利息	2,352	4,794	7,083	9,338	8,964	8,586	8,202	7,814	7,017	5,883	4,735	3,572	2,396	1,205	81,942
總計	525,152	720,294	780,883	707,638	8,964	8,586	8,202	7,814	7,017	5,883	4,735	3,572	2,396	1,205	2,792,342
基金本息償還	-	20,000	30,000	40,000	40,000	40,000	40,000	73,142	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	883,142
收益															
新增產值	110,000	111,320	114,008	118,161	123,936	131,553	141,313	153,620	169,002	188,155	211,993	241,717	278,916	325,701	2,419,394
租金/權利金收入	-	5,000	10,000	15,000	20,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	30,000	320,000
總計	110,000	116,320	124,008	133,161	143,936	161,553	171,313	183,620	199,002	218,155	241,993	271,717	308,916	355,701	2,739,394
當期淨現金流	-401,113	-545,146	-565,405	-465,766	147,322	156,979	159,644	189,054	214,238	221,376	231,003	243,632	259,930	280,779	126,526

(六) 間接經濟效益

於興建、使用期間的相關投入、消費等活動所引申出之就業機會、觀光收入及新創公司等，進而創造之潛在財務效益。

1. 提供就業機會

參考 104 年產值勞動生產力趨勢分析報告(行政院主計總處)，以產業別每就業者產出表為基礎，民國 104 年全體產業每人每月總產出為 100,467 元，即每人年總產出約為 1,205,604 元，預估本計畫約可創造 3,000 個工作機會，換言之，計劃期間新增就業機會提供所衍生之效益約為 36.16 億元。此外，維持既有工作機會約 6,665 個。

2. 觀光消費

本計畫希望營造部落品牌形象，推動觀光及地方特色產業，提供給遊客優質體驗服務，預估 107 至 110 年到訪旅遊人次分別為 22.7(萬人)、47.8(萬人)、53.4(萬人)及 70.5(萬人)，如以 104 年觀光收支統計資料(交通部觀光局)，並假設國內外遊客人數約為 80:20(來臺旅客每人每日消費約 207.87 美元，約新台幣 6,627 元，國內遊客每人每日消費約新台幣 2,017 元)，則預計每年觀光收益約為 6.67 億元、14.04 億元、15.69 億元到 20.72 億元。

3. 新創公司

本計畫擬強化推動原住民族新創事業之創設，以鼓勵並推動原住民族主體企業之發展，預計計畫期間創業投資事業推動 80 家，輔導協助成立為 670 件。若以創業成功率 5% 估計，且成功企業預計年收入可達 1 億元，則新創事業部分預期因至少有 4 家，預計總產值約 4 億元；輔導成立成功率以 10% 估計，輔導成功企業預計年收入約 1 千萬元，則預計總產值約 6.7 億元。整體而言，投入新創公司可帶動並活絡產業市場，並創造約新台幣 10.7 億元之總效益。

間接經濟效益評估

效益項 \ 年期	107	108	109	110	總計
提供就業機會(個)	600	600	800	1,000	3,000
維持就業機會(個)	480	1,991	2,065	2,129	6,665
新增就業機會效益(億元)	7.23	7.23	9.64	12.06	36.16
觀光消費人次(萬人)	22.7	47.8	53.4	70.5	194.4
觀光消費收益(億元)	6.67	14.04	15.69	20.72	57.13
新創公司產值(億元)	1	1	1	1	4
輔導企業產值(億元)	1.6	1.7	1.7	1.7	6.7

(七) 其他效益

包括以政府投入資金所建之連鎖效應，以及其他不可量化之效益。

1. 產業經濟效益

運用行政院主計處編製之「100年產業關聯表」為基礎進行產業關聯效益估算。關聯程度係度又稱波及效果係數，其意義為某一部門產品之最終需要增加1單位時，所需向各部門直、間接購買單位數。本計畫之資本門於產業關聯表中屬「公共工程」部門，其波及效果係數為1.39；經常門屬「公共行政服務」為1.51。整體而言，本計畫之長期創造之總體效益可達30.73億元。

2. 原住民就業機會

假設所創造之就業機會，將吸引20%關鍵青年人才返鄉就業人數返鄉就業，則原住民將增加600個就業機會。

3. 自主治理

以部落傳統價值為基底，扶植原住民族經濟體，實現組織自主；藉由自然資源循環運用，降低成本，創造低耗能的產業環境，以體現資源自主；並產業鏈垂直整合，記練原住民自主的產銷網絡關係，避免平地短線商業

模式及資本主義式的剝削關係，達成經濟自主。

捌、附則

一、 替選方案之分析及評估

本計畫依以資源共享、優勢互補原則，整合相關部會資源推動跨領域、跨區域、跨財務、跨時間之合作，以充分發揮中央補助資源效能及創造加值效益，帶動原住民族整體經濟及產業發展，提升競爭力，故無替選方案。

二、 有關機關配合事項

- (一) 本會：針對各項重要措施擬定推動策略與操作機制，並負責督導考核計畫執行進度及成效。
- (二) 相關中央部會：包含國家發展委員會、行政院農業委員會、交通部觀光局、文化部、經濟部、教育部、科技部等，藉由相關跨域資源整合平台會議，研商跨域合作項目，使原住民族產業發展能與市場接軌。
- (三) 地方政府：協助政策說明及宣傳，並負責執行。

附表 1

中長程個案計畫自評檢核表

檢視項目	內容重點 (內容是否依下列原則撰擬)	主辦機關		主管機關		備註
		是	否	是	否	
1、計畫書格式	(1)計畫內容應包括項目是否均已填列(「行政院所屬各機關中長程個案計畫編審要點」(以下簡稱編審要點)第5點、第12點)	√		√		
	(2)延續性計畫是否辦理前期計畫執行成效評估,並提出總結評估報告(編審要點第5點、第13點)	√		√		
	(3)是否依據「跨域增值公共建設財務規劃方案」之精神提具相關財務策略規劃檢核表?並依據各類審查作業規定提具相關書件	√		√		
2、民間參與可行性評估	是否填寫「促參預評估檢核表」評估(依「公共建設促參預評估機制」)		√		√	
3、經濟及財務效益評估	(1)是否研提選擇及替代方案之成本效益分析報告(「預算法」第34條)		√		√	
	(2)是否研提完整財務計畫	√		√		
4、財源籌措及資金運用	(1)經費需求合理性(經費估算依據如單價、數量等計算內容)	√		√		
	(2)資金籌措:依「跨域增值公共建設財務規劃方案」精神,將影響區域進行整合規劃,並將外部效益內部化	√		√		
	(3)經費負擔原則: a.中央主辦計畫:中央主管相關法令規定 b.補助型計畫:中央對直轄市及縣(市)政府補助辦法、依「跨域增值公共建設財務規劃方案」之精神所擬訂各類審查及補助規定	√		√		
	(4)年度預算之安排及能量估算:所需經費能否於中程歲出概算額度內容納加以檢討,如無法納編者,應檢討調減一定比率之舊有經費支應;如仍有不敷,須檢附以前年度預算執行、檢討不經濟支出及自行檢討調整結果等經費審查之相關文件	√		√		
	(5)經費比 1:2(「政府公共建設計畫先期作業實施要點」第2點)		√		√	
	(6)屬具自償性者,是否透過基金協助資金調度		√		√	
5、人力運用	(1)能否運用現有人力辦理	√		√		
	(2)擬請增人力者,是否檢附下列資料: a.現有人力運用情形 b.計畫結束後,請增人力之處理原則 c.請增人力之類別及進用方式 d.請增人力之經費來源	-	-	-	-	

檢視項目	內容重點 (內容是否依下列原則撰擬)	主辦機關		主管機關		備註
		是	否	是	否	
6、營運管理計畫	是否具務實及合理性(或能否落實營運)	V		V		
7、土地取得	(1)能否優先使用公有閒置土地房舍	V		V		
	(2)屬補助型計畫,補助方式是否符合規定(中央對直轄市及縣(市)政府補助辦法第 10 條)	V		V		
	(3)計畫中是否涉及徵收或區段徵收特定農業區之農牧用地		V		V	
	(4)是否符合土地徵收條例第 3 條之 1 及土地徵收條例施行細則第 2 條之 1 規定	-	-	-	-	
	(5)若涉及原住民族保留地開發利用者,是否依原住民族基本法第 21 條規定辦理	V		V		
8、風險評估	是否對計畫內容進行風險評估	V		V		
9、環境影響分析 (環境政策評估)	是否須辦理環境影響評估		V		V	
10、性別影響評估	是否填具性別影響評估檢視表	V		V		
11、涉及空間規劃者	是否檢附計畫範圍具座標之向量圖檔	V		V		
12、涉及政府辦公廳舍興建購置者	是否納入積極活化閒置資產及引進民間資源共同開發之理念		V		V	
13、跨機關協商	(1)涉及跨部會或地方權責及財務分攤,是否進行跨機關協商	V		V		
	(2)是否檢附相關協商文書資料	V		V		
14、依碳中和概念優先選列節能減碳指標	(1)是否以二氧化碳之減量為節能減碳指標,並設定減量目標					
	(2)是否規劃採用綠建築或其他節能減碳措施					
	(3)是否檢附相關說明文件					
15、資通安全防護規劃	資訊系統是否辦理資通安全防護規劃	V		V		

主辦機關核章：承辦人

單位主管

首長

科長劉倩如

副處長蔡妙凌

處長王興菊
Aklyw. Holsom

主任委員 夷將·拔路兒
Icyang · Parod

主管部會核章：研考主管

會計主管

首長

附表 2

中長程個案計畫性別影響評估檢視表

【第一部分】：本部分由機關人員填寫

填表日期： 105 年 12 月 18 日		
填表人姓名：劉倩如	職稱：科長	身份： <input checked="" type="checkbox"/> 業務單位人員
電話：02-89953252	e-mail：drumming68@apc.gov.tw	<input type="checkbox"/> 非業務單位人員， (請說明：_____)
填 表 說 明		
<p>一、行政院所屬各機關之中長程個案計畫除因物價調整而需修正計畫經費，或僅計畫期程變更外，皆應填具本表。</p> <p>二、「主管機關」欄請填列中央二級主管機關，「主辦機關」欄請填列擬案機關（單位）。</p> <p>三、建議各單位於計畫研擬初期，即徵詢性別平等專家學者或各部會性別平等專案小組之意見；計畫研擬完成後，應併同本表送請民間性別平等專家學者進行程序參與，參酌其意見修正計畫內容，並填寫「拾、評估結果」後通知程序參與者。</p>		
壹、計畫名稱	原住民族經濟產業發展 4 年計畫（107 年至 110 年）	
貳、主管機關	原住民族委員會	主辦機關（單位） 經濟發展處
參、計畫內容涉及領域：	勾選（可複選）	
3-1 權力、決策、影響力領域		
3-2 就業、經濟、福利領域	✓	
3-3 人口、婚姻、家庭領域		
3-4 教育、文化、媒體領域	✓	
3-5 人身安全、司法領域		
3-6 健康、醫療、照顧領域		
3-7 環境、能源、科技領域	✓	
3-8 其他（勾選「其他」欄位者，請簡述計畫涉及領域）		
肆、問題與需求評估		
項 目	說 明	備 註

<p>4-1 計畫之現況問題與需求概述</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 現況問題：原住民族經濟產業發展多面臨人才及資金缺乏，品牌文化特色難以型塑，通路未能有效拓展等問題，加上市場環境變化快速，如何結合資通訊科技並兼顧文化特色，建構獨特之商業模式，都是未來應面對之主要課題。 2. 需求評估：本計畫將以原住民族文化特色為根基，完備產業發展所需各項軟硬體措施、資源及人才，並建構產業資料庫，俾作為政策分析基礎。 3. 性別差異分析：原住民族女性多偏好藝文即文創產業，男性則對工藝及農業較為擅長，未來除逐步縮減各產頁之性別差異外，亦針對擅長之業別提升專業知能，並協助開拓行銷通路。 	<p>簡要說明計畫之現況問題與需求。</p>
<p>4-2 和本計畫相關之性別統計與性別分析</p>	<p>各產業別性別參與比例。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 透過相關資料庫、圖書等各種途徑蒐集既有的性別統計與性別分析。 2. 性別統計與性別分析應儘量顧及不同性別、性傾向及性別認同者之年齡、族群、地區等面向。
<p>4-3 建議未來需要強化與本計畫相關的性別統計與性別分析及其方法</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 知識倉儲管理：參與決策之性別比例。 2. 創業投資輔導：受輔導業者性別比例。 3. 資金融資貸款：獲貸款之個案性別比例。 4. 產學合作串連：媒合赴業界實習之性別比例。 	<p>說明需要強化的性別統計類別及方法，包括由業務單位釐清性別統計的定義及範圍，向主計單位建議分析項目或編列經費委託調查，並提出確保執行的方法。</p>
<p>伍、計畫目標概述（併同敘明性別目標）</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 運用原住民族文化特色建構或深化產業示範亮點，並強化跨產業別技術及資源之整合，以營造永續經營的環境。 2. 挖掘及培育原住民族產業經營管理人才，並加強產學合作，以「做中學、學中做」策略，填補產業人才缺口。 3. 型塑及推廣原住民族產業品牌，並透過故事行銷及品質優化，以確保品牌之獨特性及代表性。 4. 強化投資及輔導原住民族新創事業策略，並尋求妥適之商業模式， 	

	<p>以穩固創業基礎及深化產業根基。</p> <p>5. 加強都會與原鄉間之產業鏈結，並以前店（都會）後廠（原鄉）概念截長補短，以暢通原住民族產品及服務通路。</p> <p>6. 落實性別統計分析，強化原住民族女性參與經濟產業發展政策之決策機會，並建構性別友善環境。</p>
陸、性別參與情形或改善方法（計畫於研擬、決策、發展、執行之過程中，不同性別者之參與機制，如計畫相關組織或機制，性別比例是否達1/3）	<p>確保計畫研擬（專案辦公室成員組成）、決策（各計畫審查委員組成）及執行（參與計畫推動成員組成）過程中，任一性別比例達 1/3。</p>

柒、受益對象

- 若 7-1 至 7-3 任一指標評定「是」者，應繼續填列「捌、評估內容」8-1 至 8-9 及「第二部分－程序參與」；如 7-1 至 7-3 皆評定為「否」者，則免填「捌、評估內容」8-1 至 8-9，逕填寫「第二部分－程序參與」，惟若經程序參與後，10-5「計畫與性別關聯之程度」評定為「有關」者，則需修正第一部分「柒、受益對象」7-1 至 7-3，並補填列「捌、評估內容」8-1 至 8-9。
- 本項不論評定結果為「是」或「否」，皆需填寫評定原因，應有量化或質化說明，不得僅列示「無涉性別」、「與性別無關」或「性別一律平等」。

項 目	評定結果 (請勾選)		評定原因	備 註
	是	否		
7-1 以特定性別、性傾向或性別認同者為受益對象		✓	本計畫係以健全原住民族產業結構，提升全體原住民族經濟收益為主要目標，並於執行過程中確保不同性別對象之參與，不以特定性別、性傾向或性別認同者為主要考量。	如受益對象以男性或女性為主，或以同性戀、異性戀或雙性戀為主，或個人自認屬於男性或女性者，請評定為「是」。
7-2 受益對象無區別，但計畫內容涉及一般社會認知既存的性別偏見，或統計資料顯示性別比例差距過大者		✓	本計畫係以原住民族地區產業發展，並提升全體原住民族經濟收益為主要目標，未涉及一般社會認知既存的性別偏見。	如受益對象雖未限於特定性別人口群，但計畫內容涉及性別偏見、性別比例差距或隔離等之可能性者，請評定為「是」。

7-3 公共建設之空間規劃與工程設計涉及對不同性別、性傾向或性別認同者權益相關者		✓ 本計畫非以空間規劃與工程設計為主要推動項目。	如公共建設之空間規劃與工程設計涉及不同性別、性傾向或性別認同者使用便利及合理性、區位安全性，或消除空間死角，或考慮特殊使用需求者之可能性者，請評定為「是」。
--	--	-----------------------------	--

捌、評估內容

(一) 資源與過程

項 目	說 明	備 註
8-1 經費配置：計畫如何編列或調整預算配置，以回應性別需求與達成性別目標	/	說明該計畫所編列經費如何針對性別差異，回應性別需求。
8-2 執行策略：計畫如何縮小不同性別、性傾向或性別認同者差異之迫切性與需求性		計畫如何設計執行策略，以回應性別需求與達成性別目標。
8-3 宣導傳播：計畫宣導方式如何顧及弱勢性別資訊獲取能力或使用習慣之差異		說明傳佈訊息給目標對象所採用的方式，是否針對不同背景的目標對象採取不同傳播方法的設計。
8-4 性別友善措施：搭配其他對不同性別、性傾向或性別認同者之友善措施或方案		說明計畫之性別友善措施或方案。

(二) 效益評估

項 目	說 明	備 註
8-5 落實法規政策：計畫符合相關法規政策之情形	/	說明計畫如何落實憲法、法律、性別平等政策綱領、性別主流化政策及 CEDAW 之基本精神，可參考行政院性別平等會網站(http://www.gec.gov.tw/)。
8-6 預防或消除性別隔離：計畫如何預防或消除性別隔離		說明計畫如何預防或消除傳統文化對不同性別、性傾向或性別認同者之限制或僵化期待。
8-7 平等取得社會資源：計畫如何提升平等獲取社會資源機會		說明計畫如何提供不同性別、性傾向或性別認同者平等機會獲取社會資源，提升其參與社會及公共事務之機會。
8-8 空間與工程效益：軟硬體的公共空間之空間規劃與工程設計，在空間使用性、安全性、友善性上之具體效益		<ol style="list-style-type: none"> 1.使用性：兼顧不同生理差異所產生的不同需求。 2.安全性：消除空間死角、相關安全設施。 3.友善性：兼顧性別、性傾向或性別認同者之特殊使用需求。

<p>8-9 設立考核指標與機制：計畫如何設立性別敏感指標，並且透過制度化的機制，以便監督計畫的影響程度</p>		<p>1.為衡量性別目標達成情形，計畫如何訂定相關預期績效指標及評估基準（績效指標，後續請依「行政院所屬各機關個案計畫管制評核作業要點」納入年度管制作業計畫評核）。</p> <p>2.說明性別敏感指標，並考量不同性別、性傾向或性別認同者之年齡、族群、地區等面向。</p>
<p>玖、評估結果：請填表人依據性別平等專家學者意見之檢視意見提出綜合說明，包括對「第二部分-程序參與」主要意見參採情形、採納意見之計畫調整情形、無法採納意見之理由或替代規劃等。</p>		
<p>9-1 評估結果之綜合說明</p>	<p>各項目標經委員檢視皆屬合宜，未來將依委員意見於計畫實施歷程將任一性別不低於三分之一的參與機會納入考量，以落實兩性之平等參與權</p>	
<p>9-2 參採情形</p>	<p>9-2-1 說明採納意見後之計畫調整</p>	<p>已納入計畫調整。</p>
	<p>9-2-2 說明未參採之理由或替代規劃</p>	
<p>9-3 通知程序參與之專家學者本計畫的評估結果： 已於 105 年 12 月 19 日將「評估結果」通知程序參與者審閱</p>		

- * 請機關填表人於填完「第一部分」第壹項至第捌項後，由民間性別平等專家學者進行「第二部分-程序參與」項目，完成「第二部分-程序參與」後，再由機關填表人依據「第二部分-程序參與」之主要意見，續填「第一部分-玖、評估結果」。
- * 「第二部分-程序參與」之 10-5 「計畫與性別關聯之程度」經性別平等專家學者評定為「有關」者，請機關填表人依據其檢視意見填列「第一部分-玖、評估結果」9-1 至 9-3；若經評定為「無關」者，則 9-1 至 9-3 免填。
- * 若以上有 1 項未完成，表示計畫案在研擬時未考量性別，應退回主管（辦）機關重新辦理。

【第二部分－程序參與】：本部分由民間性別平等專家學者填寫

拾、程序參與：若採用書面意見的方式，至少應徵詢 1 位以上民間性別平等專家學者意見；民間專家學者資料可至台灣國家婦女館網站參閱(http://www.taiwanwomencenter.org.tw/)。			
(一) 基本資料			
10-1 程序參與期程或時間	105 年 12 月 19 日至 105 年 12 月 26 日		
10-2 參與者姓名、職稱、服務單位及其專長領域	林春鳳。屏東大學體育學系退休副教授、行政院第一、二屆性別平等委員會委員、屏東縣及台東縣性別平等委員會現任委員。專長：休閒治療及休閒活動規劃與帶領，導覽解說，體育教學，休閒輔導，團體休閒活動，原住民族教育，性別主流化。		
10-3 參與方式	<input type="checkbox"/> 計畫研商會議 <input type="checkbox"/> 性別平等專案小組 <input checked="" type="checkbox"/> 書面意見		
10-4 業務單位所提供之資料	相關統計資料	計畫書	計畫書涵納其他初評結果
	<input checked="" type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 很完整 <input checked="" type="checkbox"/> 可更完整 <input type="checkbox"/> 現有資料不足須設法補足 <input type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> 應可設法找尋 <input type="checkbox"/> 現狀與未來皆有困難	<input checked="" type="checkbox"/> 有，且具性別目標 <input type="checkbox"/> 有，但無性別目標 <input type="checkbox"/> 無	<input type="checkbox"/> 有，已很完整 <input checked="" type="checkbox"/> 有，但仍有改善空間 <input type="checkbox"/> 無
10-5 計畫與性別關聯之程度	<input type="checkbox"/> 有關 <input checked="" type="checkbox"/> 無關 (若性別平等專家學者認為第一部分「柒、受益對象」7-1 至 7-3 任一指標應評定為「是」者，則勾選「有關」；若 7-1 至 7-3 均評定「否」者，則勾選「無關」)。		
(二) 主要意見：就前述各項(問題與需求評估、性別目標、參與機制之設計、資源投入及效益評估)說明之合宜性提出檢視意見，並提供綜合意見。			
10-6 問題與需求評估說明之合宜性	合宜		
10-7 性別目標說明之合宜性	合宜		
10-8 性別參與情形或改善方法之合宜性	合宜		
10-9 受益對象之合宜性	合宜		
10-10 資源與過程說明之合宜性	合宜		
10-11 效益評估說明之合宜性	合宜		
10-12 綜合性檢視意見	為全體原住民族之經濟產業發展而訂定之計畫，兩性於發展後將獲得生活之效益，且在計畫實施的歷程任一性別將考量不低於三分之一的參與機會，可有效控制兩性之平等參與權。		
(三) 參與時機及方式之合宜性			

本人同意恪遵保密義務，未經部會同意不得逕自對外公開所評估之計畫草案。
(簽章，簽名或打字皆可) 林春鳳