

102 年度改進傳統市場經營管理

樂活菜市仔競爭力提升計畫執行績效

- 一、計畫目標甚具挑戰性及創意性，各目標均有具體明確量化值，並較去年度成長
 - (一)依據地區特性導入市場業種示範模式，全面推動示範市集及攤鋪，建構市場新風貌；輔導新生代樂活創業，激發市場改變革新。
 - (二)強化二手、特色創意市集經營觀念，以帶動二手資源有效再利用；推廣綠色市集，落實市場節能減碳；培育傳統市集人力觀念素質帶動市集新商機。
 - (三)本年度計畫以「傳統市集升級再造、行銷優質特色市集」為主要目標，規劃輔導國內傳統市集及攤商的經營、管理、行銷等，都要符合「特色化、在地化、優質化」的理念深耕，制定「特色輔導、創新經營」、「人才育成、觀念培力」、「創新行銷、活絡商機」策略，分別積極推動，目標甚具挑戰性及創意性。
 - (四)計畫目標辦理 42 處優良市集認證、115 攤市場名攤認證，目標值均較去年度成長，其中優良市集認證較去年成長 40%(去年目標值 30 處)，市場名攤認證較去年成長 15%(去年目標值 100 攤)。
- 二、推行認證制度，型塑示範性傳統市場，激發市集、攤商自發性學習改善：輔導市集、攤商自願參加認證，在參與認證過程中了解本身優劣勢，參考複審委員(專家學者)所提出的改善建議，自發性的改善，進而帶動市場升級，甄選認證優良市集 63 處、樂活名攤 251 攤、優良二手或創意市集認證 4 處、綠色市集認證 7 處，型塑示範性傳統市場，激發改變及革新，使傳統市場質與量均能不斷再提升。
- 三、計畫執行具有創新性：本年度市集、攤鋪輔導以建立特色市集為目標，突破以往傳統市集僅為「在地社區型市集」、缺乏外地消費及觀光吸引力的刻板印象，輔導以當地獨風味之美食，突顯在地特色產品，佐以歷史文化傳承要素之故事敘述，深化市集文化意，並結合傳統節慶活動、e 化行銷、綠色環保觀念等，強化市場能見度，以大幅提升傳統市集的競爭力。由各

直轄市、縣市政府推薦報名，遴選輔導之對象市場後，經由聘請之專家學者診斷輔導，設定特色主題提報每一市集改善項目，共輔導 46 處特色市集、369 攤、二手或創意市集 5 處、綠色市集 3 處，逐步實現具觀光、文化、美食、趣味、創意、綠色等之多元市集，成功吸引更多的消費者及觀光客。

四、協調直轄市、地方政府(縣市政府、鄉鎮公所)，提升管理執行效益：計畫執行須直轄市、地方政府配合執行、管理，除加強協調、邀請參加計畫推動說明會及期末檢討會外，並且舉辦「市場管理研習班」1 期(3 天)，共 46 人參訓，加強灌輸地方市場行政及管理人員經營管理理念，提高市場經營管理績效，以及至各地方政府辦理「市場及攤商管理人員講習」，各縣市政府、鄉鎮市公所承辦市場業務主管及市場業務承辦人員共 665 人參加，經由專家學者的講授及學員間的互動經驗交流，以提升執行管理績效。

五、年度目標達成情形

(一)完成優良市場認證，辦理全國處優良市集通過認證

1. 推動星級認證制度，依 102 年度優良市集認證計畫，分初選、複選、決選三階段辦理，共 72 處市集通過初選，經聘請專家學者至現場評分並經決選會議決議，共有 63 處市場通過認證，其中通過優良市集認證較去年成長 46.5%(去年通過認證 43 處)。
2. 藉由傳統市集甄選認證及優良市集表揚，建立全國優良市集示範標竿，提供其他市集效仿學習，進而推廣現代化市集新風貌，帶動更多的傳統市集成功轉型。

(二)完成市場名攤認證，甄選名攤、樂活菜市仔創業培訓

1. 辦理樂活名攤認證，經初選、聘請專家學者至現場評分、並經決選會議決議，共有 251 攤通過認證，較去年成長 59.9%(去年通過認證 157 攤)。
2. 藉由傳統市集樂活名攤認證活動，提升傳統市集正面形象，行銷傳統市集，彰顯市集改革的成果，推薦市集名攤之成功經驗，提供其他攤(鋪)位學習效法。

3. 進行電子、平面媒體行銷協助，大幅提高名攤知名度，帶動市集人氣。經由星等認證機制，提供各攤商持續升級改善之目標，形成整體市集良性發展。
4. 創業培訓課程北區、中區、南區共計辦理 9 場次，培訓人數 565 人次，藉由引進新創業者的活力與創意，帶動傳統市場產業的變革，助於提升整體市場競爭能力。

(三)完成傳統市場閒置空間規劃二手市集、樂活菜市仔雜誌發行

為有效活化市集閒置空間、推動二手或創意商品再利用之交易模式，達到空間、物品充分利用不浪費，本年度完成傳統市場閒置空間規劃二手市集或創意市集 5 處，較去年成長 66.7%(去年完成 3 處)；樂活菜市仔雜誌發行 4 期，較去年成長 33.3%(去年發行 3 期)。

六、創新傳統市集多元商機，扶助「庶民經濟」，提升攤商營業額

(一)輔導「攤商網路行銷」

1. 透過專家、顧問團隊輔導，初期拜訪及網路行銷診斷共 61 家，參加輔導與訓練共 32 家，完成商品上架共 24 家，提高攤商網路行銷技巧，擴展行銷通路。
2. 輔導完成後，持續派顧問進行後續行銷指導與成效訪談，藉以了解今年度執行狀況，及未來善方向，經統計攤商於網路行銷輔導後的營業額平均提升 9.5%，且輔導攤商更精進的使用於部落格或臉書的行銷操作中。

(二)APP 行動商機

1. APP 整合市集資訊與行銷訊息，輕易傳達傳統市集最新活動訊息、市集介紹、伴手禮、路徑導航等資訊到任何角落的使用者，服務行動族群，提高市集活動參與及行銷力。
2. 結合 LBS(Location-Based Services)導入適地性服務，可依要求定位目前位置，提供路徑的規劃與行程，主要應用包括尋找鄰近市場資訊、行人導航、區域廣告及產品訊息主動告知…等。
3. 結合 GPS 衛星導航，服務更便民。

4. 上架 Google Play，搜尋「樂活市集」、「吃遍菜市仔」美食資訊即可免費下載安裝，增加使用便利性，擴大曝光率。

(三) 網路增建「市集伴手禮」專區

1. 俗諺有云：「千里送鵝毛，物輕情意重」，伴手禮是出門到外地時，為親友購買具當地特色的產品，增進之間情感聯繫，「市集伴手禮」專區以認證名攤為主，提供民眾多元特色商品，可廣宣名攤特色商品，增加名攤認證吸引力。

2. 串聯「市集走透透」讓市集、名攤、商品同步曝光，並結合 APP 拓展傳統市集網路客源及行動族群客源。

七、配合行政院農委會推動傳統市場禁宰活禽政策，減少人民及活禽間持續交叉感染，降低感染禽流感病毒的風險

(一) 為因應中國大陸 H7N9 流感疫情，以及 102 年 4 月 24 日我國確認首例境外移入 H7N9 流感病例，行政院農業委員會於 102 年 5 月 14 日正式公告，自 102 年 5 月 17 日起實施全面性禁宰活禽政策（特殊情形除外：自宅內屠宰雞鴨鵝供食用、山地原住民鄉及離島經列管者，得免於屠宰場內屠宰）。

(二) 本辦公室為零售市場中央主管機關，配合行政院農業委員會禁宰活禽公告，考量政策實施後，原有傳統市場合法列管活禽攤商（1,051 攤）面臨生計及轉型壓力，爰研提「傳統零售市場禁止活禽屠宰政策列管活禽攤商轉型補助金實施要點」，奉行政院同意辦理。

(三) 於本辦公室網站建置「禽流感專區」，提供傳統市場禁宰活禽政策 Q&A、102 年傳統零售市場禁止活禽屠宰政策列管活禽攤商轉型補助金實施要點等相關訊息，供大眾瀏覽。

(四) 轉型補助措施針對原有傳統市場合法列管活禽攤商（1,051 攤）切結願意配合政策者，提供每攤新台幣 10 萬元轉型補助金（經費估算為 1 億 510 萬元）。

(五) 本辦公室奉行政院同意辦理轉型補助措施，立即展開作業，案經限期申請（102 年 5 月 7 日至 5 月 16 日）、地方政府清查-審查、本部書面審

查-核定、地方政府轉發補助金等程序，共補助 860 位攤商，轉型補助金共計 8,600 萬元，占實際宰殺 920 攤商數之 93.48%。

(六)經本辦公室與地方政府市管單位加強宣導，請領轉型補助金之攤商中願意配合政策自行移除脫毛機者有 97.8% (脫毛機屬私人財產，未移除者均已不再使用)，有效降低再宰殺活禽機會。

(七)經本辦公室轉型輔導後，原列管活禽攤商已成功轉型販賣合格禽肉者達 85.5% (餘為自行轉業、停業或退租等)，截至目前傳統市場內已無宰殺活禽之情事，市場整體環境衛生獲得改善，大幅降低禽流感流行風險，政策執行成效良好。

八、受益或服務對象滿意調查：

就 102 年度相關受益或服務對象進行滿意度調查，針對各對象參與計畫之瞭解程度、輔導滿意度等進行問卷調查，共回收 482 份問卷，有效問卷為 482 份，滿意以上之比例占受訪人數 82.32%。

(一) 計畫服務對象：縣市政府、鄉鎮市區公所、輔導市集、輔導攤。

(二) 調查日期：102/11/10~102/11/25。

(三) 調查單位：計畫專管中心(智策整合行銷有限公司)4. 受訪人數：482 人(縣市-13；公所-50；輔導市集-89；輔導示範攤-330)5. 受訪人員選取方式：針對本年度接受計畫資源輔導之相關對象，包含輔導市集、攤鋪及其所屬公所、縣市政府單位，發放問卷進行調查及回收。

(四) 滿意以上比例佔受訪人數比例：

1. 縣市政府 100%、鄉鎮市公所 82%、輔導市集 80.7%、輔導示範攤 71.8%。

2. 計畫服務對象整體滿意以上比例佔受訪人數比例 83.6%。

九、消費者滿意度：

就對傳統市集環境與空間的觀感、購物的觀感，進行填寫問卷調查，共回收 3,137 份問卷，有效問卷為 3,137 份，滿意以上之比例占受訪人數 71.8%。

(一)計畫問卷填寫對象：接受 102 年計畫輔導之市場、攤集區，共 54 處市集之現場消費者。

- (二)調查日期：102/11/10~102/11/25。
- (三)調查單位：計畫專管中心(智策整合行銷有限公司)
- (四)受訪人數：3,137 人
- (五)受訪人員選取方式：針對 102 年度計畫輔導之市場、攤集區進行消費者滿意度問卷調查及回收，每一市集於主要通道早上 08：00 至 10：00 間，採隨機抽樣方式，每市集 60 名。
- (六)消費者整體滿意以上之比例占受訪人數 71.8%。