

改進傳統市場經營管理

樂活菜市仔競爭力提升計畫（核定本）

中華民國 99 年 12 月

目 錄

一、計畫緣起	1
二、計畫目標	6
三、現行相關政策及方案之檢討	18
四、執行策略及方法	22
五、期程與資源需求	37
六、預期效果及影響	<u>38</u>

一、計畫緣起

(一) 依據

1. 依據立法院審議 99 年度中央政府總預算案主決議：「基於保障傳統市場業者權益之考量，爰提案要求行政院相關單位限期於 6 個月內針對國內傳統市場提出全面更新計畫，並於 5 年內完成國內傳統市場更新計畫」辦理。
2. 配合行政院「振興經濟擴大公共建設」特別預算，經濟部 98-99 年度「傳統零售市場更新改善計畫」之整修成果，加強後續市場經營輔導，提升市場營運品質。
3. 配合「行政院國家永續發展委員會」推動永續發展之理念與各項工作，以建置綠色消費環境為目標宗旨。
4. 依據 2008 年馬總統於「永續公共工程與節能減碳研討會」中「穩定能源供應」、「推動全民節能運動」、「發展綠色產業」等三大綠色經濟政策談話辦理。

(二) 未來環境預測

1. 面臨新式賣場通路競爭，傳統市場必須走向創新才能創造生存價值

依據「96 年度市場改善成效調查」，全國公有市場全年營業額推估計約 698 億元，粗估就業人口超過 18 萬人，以每戶就業人口平均家庭 3.5 人計算，仰賴傳統市場經濟維生者超過 60 萬人，此尚不包括傳統市場經營業種之上游供應商及中間商；另以百貨業、超級市場業、連鎖式超級市場業、零售式量販業等物流中心產業，依經濟部 96 年「批發、零售及餐飲業動態統計」資料，其生產總額分別約為 1,812 億元、1011 億元、1,648 億元、1,572 億元，顯見傳統市場之營業規模，在我國商業結構仍居一席之地。但傳統市場在面臨新式賣場競爭、產業結構轉型及社區文化特色與服務價值觀改變下，政府如何進行傳統市場轉型輔導及施政規劃至為重要。傳統市場應效法新式賣場乾淨、明亮、舒適等優點，並積極發揚固有之人情味、溫馨、地區文化等特色，

發展市場中獨特的地位，建構市場優質新風貌，否則，將無法創造市場區隔價值而走向沒落之途，並為新式賣場所取代。

2. 隨著經濟發展，國民所得提高，工作型態改變，傳統市場必須迎合消費者需求的改變

當國民收入逐漸升高時，國民需要更好的賣場環境；當國民收入到達一定水準時，國民還會要求服務水準、溫馨環境等。也就是說收入愈高，對賣場的環境、服務水準等要求的也更高。此外，由於國人上班比率增加、工作壓力沈重、不景氣時代來臨，以上各個因素都使新時代國民，對於時間的運用次序及分配更具彈性及選擇性，黃昏市場便是因應此一環境的產物。現代消費者要求的不僅是希望一次購足必要的食物、用品，更是要享受到休閒購物的樂趣，一個燈光明亮、動線完整、具有特色、高度適宜、陳列有序的購物環境才能吸引消費者購買，因此傳統市集若要吸引現代消費者，勢必要能迎合消費者需求的改變。

3. 傳統市集經營者面臨世代交流，注入新血將帶動產業創新升級動力，再創傳統市集新風華

市場內的經營者普遍年齡過高，以 40~49 歲佔 3 成最多，加上教育程度亦偏低，經營管理觀念較為保守，造成傳統市場產業競爭力下降之情形，在此現況條件下，許多經營者漸漸希望較具現代經營觀念的第二代來接棒，而目前市場空攤問題嚴重，亦逢失業率仍偏高，傳統市場經營進入門檻較低，可吸引中年失業或剛畢業還未找到工作的新血進入市場經營，透過新血的注入，激發傳統市場創新經營的力量。

4. 結合網路通訊科技應用，傳統市場結合e化將創造前所未有的商機

電腦及網路早已深入我們的工作與生活中，並改變消費、通訊、閱讀、學習等習慣於無形。若能協助傳統市場因應時代的消費需求，藉由網路資通科技(ICT)，輔以現代化經營知識，有效創新及應用，提昇經營管理體質，將能協助傳統市場發展在市場區隔中獨特的地位，並建構傳統市場優質新風貌。

(三) 問題評析

1. 經營模式落伍待突破創新

現有傳統市場各業種營業攤鋪大多未與時俱進，無法創新經營與有效管理，而呈現停留與侷限在過去的基本交易功能，若能適時在消費行為變遷時，加強其商業現代化需求，如攤招設計、商品陳列、文宣行銷、顧客服務等，進而在經營管理上能夠創新突破，當能展現傳統市場改革風潮，與國內整體經濟同步並進。

傳統零售市場與新型賣場的優缺點比較

	傳統零售市場	新型賣場
優點	1.富有人情味。 2.品質新鮮。	1.清潔乾淨。 2.品質穩定。
缺點	1.環境髒亂。 2.品質容易受環境影響。	1.缺乏互動少有人情味。 2.市儈商業氣息濃厚。

2. 從業人力老化與素質問題

傳統市場攤商普遍年齡高、教育程度偏低，致經營方法守舊，缺乏改革動力；再加上一般年輕人不願加入，以至於造成業者年齡層老化、後繼無人，甚至繳租金未營業、空攤率高等常見問題。新的經營

者無法進入，素質自難提升，新商品亦難開發引入，惡性循環下自然無法吸引年輕人或不同消費族群進入傳統市場。另外「一戶一攤」之法令規定限制，人人都是老闆，各自為政，除易形成意見難以整合、營業種類彼此競爭之情況，更易造成市場經營效率不彰，難以改善體質，而逐漸走向沒落。

3. 競爭性與取代性激增造成威脅

早期傳統市場在都市計畫中負有重要之市場功能角色，但當面臨超級市場、連鎖商店、量販店及大型購物中心等之興起，市場機能的提供已不僅限於傳統市場，再加上國民消費習性的改變、消費者外食人口的增加及購物模式的調整，因此傳統市場在未能調整因應下，將面臨前所未有的競爭性與取代性。

4. 都市商業發展與商圈轉移

由於都市計畫中市場用地係依都市法規之規範，大都為早期劃定，然而都市商業發展卻是以動態模式進行，新興商圈崛起後，傳統市場往往面臨老社區限制，除公共設施或停車位等不足外，原商圈內住戶人口外移，年輕族群因移往新開發社區而減少等，導致傳統市場空攤率高、經營坪效低，市場營運困難，甚而閒置。

5. 賣場環境整頓仍待提升

由於早期經濟建設計畫過度側重物質建設，未能兼顧環境保護等其他現代化國家發展目標，所顯現在傳統市場之病癥，包括了垃圾、污水、空污、噪音等問題，雖經多年努力改善，已具初步成效，惟面對未來整體國力提升，在高生活品質標準檢視下，推動傳統市場之環境提升尚有許多努力空間，將傳統市場朝向乾淨、整齊、清潔、明亮、衛生、安全之目標仍須持續推動。

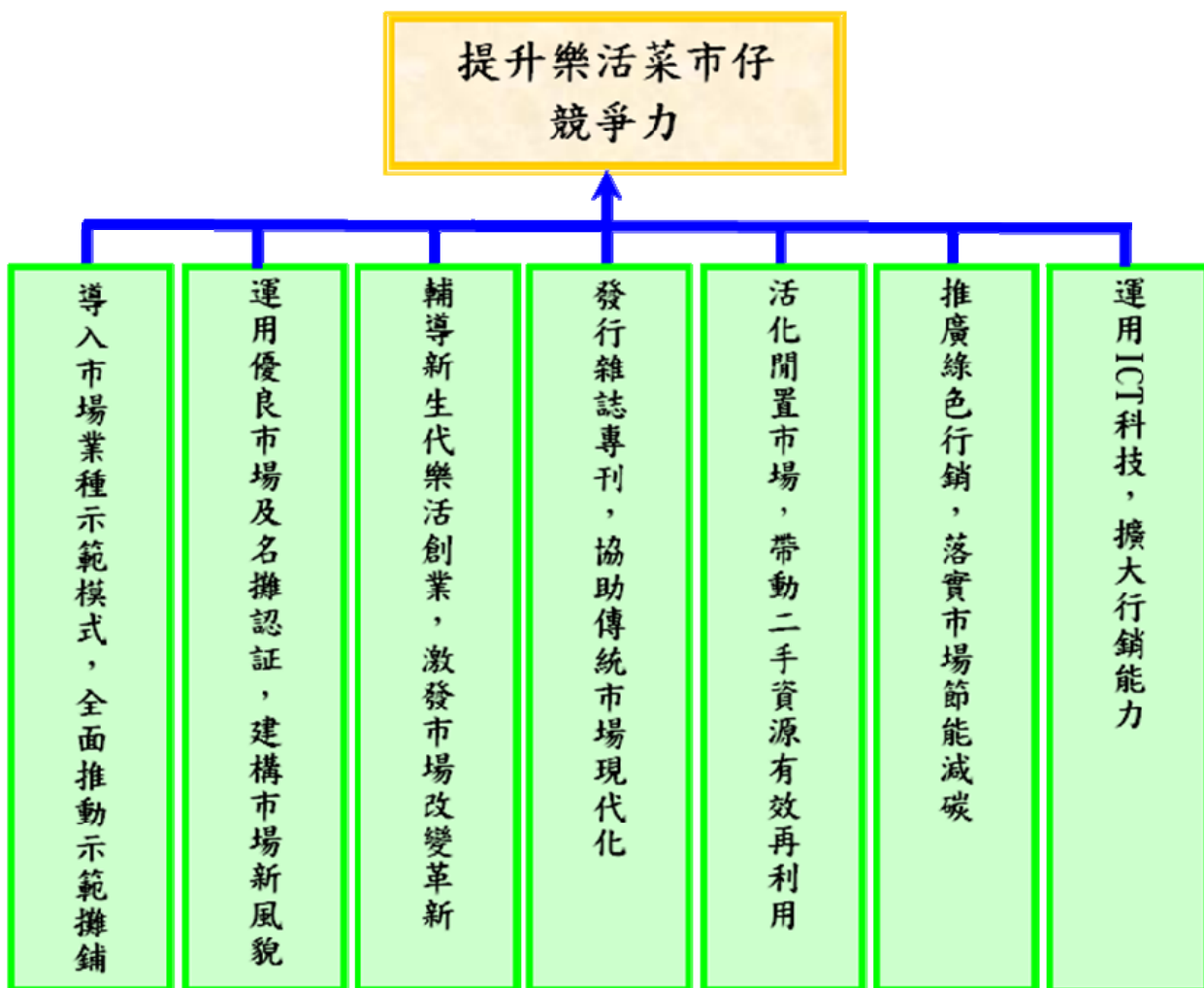
6. 賣場建築及設施等硬體仍待繼續加強

現有部份傳統市場除經由新建、改建、整修過程，已具備完善硬體條件外，但仍多存在動線紊亂、照明不足、通風不良、排水不善及未設污水處理等問題，造成購物環境髒亂。如何以最精簡的人力、財力及物力投入，在符合法令規定下營造新式賣場的乾淨、明亮、舒適的購物空間，以提昇利用率及有效提昇來客率，甚而導入資訊化來創造更高層次的價值，將可塑造具特色之新風貌傳統市場。

7. 節能減碳環保概念需落實推動

節能減碳的層面，小從升斗小民日常的食衣住行，到企業運作、產業政策，都會有影響，而減碳及環保工作不是一蹴可幾，而是經年累月、逐年改變才能做到的工作。省電是節能減碳之重點，傳統市場營業場地是否能響應節能更換省電燈泡為首要工作。

二、計畫目標



(一) 目標說明

近年來受到產業結構調整、消費者外食人口增加及消費行為模式改變、新式賣場擴展林立等影響，如何發揮傳統市場之優勢與功能，同時配合節能減碳，推廣綠色生活，響應二手商品再使用已成為當務之急。若能有效運用市場自理組織、社區社群及攤商等人力資本，輔以資訊設備有效創新、提升、傳播及應用，同時教育消費者以不同以往的消費觀

念進行消費行為，當可建構傳統市場新風貌。綜觀以上原則期能達成下列目標：

1. 運用優良市場認證，建構傳統市場新風貌；運用市場名攤認證，創新市場商品經營特色。
2. 透過市場各主要業種示範模式的導入，全面推動傳統市場示範攤鋪的建立。
3. 引進傳統市集新活力，輔導第二代攤商或有意進入市集產業之民眾進入傳統市集經營，激發產業改變革新之動力。
4. 鼓勵民間參與傳統市場創新經營，再造市場活化轉型，結合二手產業升級，輔導營造特色風貌。
5. 提升傳統市場人力素質及經營核心人才，建構專業經營之網路平台新通路，促進基層商業產業升級。
6. 針對已成立自理組織之傳統市場，建立節約能源、減少廢棄物及資源回收再使用之「綠色消費商業環境示範擴展標竿」。
7. 預計以五年之時間，將全國 849 處公民營市場及攤販集中場予以分級重點輔導再造，以期改善購物環境、提升經營品質，提升商業競爭力，吸引年輕族群進入消費。

（二）達成目標之限制

為有效達成計畫目標仍有賴法規制度、地方政府、民意機關、市場經營業者與自理組織及其他相關機關之配合，齊力建構「樂活菜市仔」。

1. 地方政府法規制度的健全

「零售市場管理條例」已於 96 年 6 月 8 日經立法院三讀通過並公告實施，相關子法再由各地方政府依「地方制度法」之規定自主立法及視符合市場機能的方式來規劃設置、管理，落實因地制宜之基本精神，為傳統市場發展新風貌。

2. 市場經營業者與自理組織的改革企圖心

經營業者與自理組織之輔導與管理，除仰賴政府訂定策略與規劃執行，同時加強經營業者自覺參與改造，將可帶動經營優勢。因此，培養經營業者與自理組織產生共識，加強改革企圖心，結合民間參與，方可朝向傳統市場新經營模式之方向邁進。

3. 消費大眾觀念及習慣的導正

需打破以往消費者對傳統市場老舊髒亂及販售品質較差的刻板不良印象，同時加強宣導政府政策及相關法規，導正消費者支持二手商品再使用、選用合格電宰禽肉來源等消費習慣。

4. 其他相關機關的配合與協調

未來傳統市場之發展將涉及土地、建物、交通、警政、消防、環保、衛生、稅賦等問題，非僅單一機關所能解決，尤賴中央政府各目的事業主管機關的督導協助，如農委會、環保署、衛生署等施政具體做法，以協助發展提昇傳統市場競爭力；及各地方政府共同緊密溝通相互配合執行方能有成。

又民意機關負有監督政府施政及推動各項建設之職責，並為地方主要代表人士、民眾的代言。因此，若能全力給予支持，對改進傳統市場經營管理，全面升級為「樂活菜市仔」，絕對有相當大的助益。

(三) 預期績效指標及評估標準

1. 樂活菜市仔示範攤鋪輔導

績效指標	評估標準
1.1 推動傳統市場 示範攤鋪	<p>針對傳統市場經營魚、肉、雞鴨、蔬菜、水果、美食、雜貨等主要業種，輔導攤商透過攤招設計、貨品陳列、環境整頓、文宣設計、顧客服務等手段，升級為現代化的購物環境。</p> <p>每年遴選 200 處市場(100 年為 60 處)，每處市集輔導 8 攤主要業種，由專家學者診斷、輔導，並挹注輔導改善資源，每年將全面打造 1600 攤(100 年為 480 攤)具高度配合意願之攤鋪成為傳統市場示範攤鋪，五年合計打造傳統市場示範攤鋪至少 6880 攤。</p>
1.2 全方位培育傳統市場經管人才	<p>選擇有能力與意願的優秀傳統市場經營者與地方政府主管機關的管理員、業務人員，作為重點培育對象，加強培育其視野、企圖心與規劃管理、經營能力，培訓重點包括法規研討、現代化傳統市場變身、模範攤鋪、市場行銷、經營管理、國外成功案例等主要內容。</p> <p>每年至少辦理 25 場次(100 年為 10 場次)，五年合計至少 110 場次。</p>

2. 樂活菜市仔優良市場及名攤認證

績效指標	評估標準
2.1 推動優良市場 認証	<p>將全國傳統市場分別建構都會型、城鄉型二種地方市場之經營模式，透過專家學者所組成之顧問輔導團，實際到點診斷、輔導與改善，透過環境評比及衛生評比，協助優質或具潛力傳統市場通過認証為優良市場。</p> <p>每年至少 100 處(100 年為 30 處)，五年合計建立優良市場至少 430 處。各優良市集並給予市集行銷輔導，結合當地農特產品辦理行銷活動或根據市集特性規劃行銷做法。</p>
2.2 遴選示範市場 辦理主題性集 客活動	<p>為活絡傳統市場商機及行銷傳統市場特色，從優良市場中擇優再選出 10 處作為示範市場，辦理主題性集客推廣活動。</p> <p>每年至少辦理 10 場次(100 年為 3 場次)，五年合計至少 43 場次。</p>
2.3 推動市場名攤 認証	<p>針對販售商品具有特色及代表性或經營管理具特色的傳統市場名攤，邀請專家學者所組成之顧問輔導團，實際到點診斷。</p> <p>每年認証 100 攤市場名攤(100 年為 30 攤)，五年合計認証至少 430 攤市場名攤。</p>

<p>2.4 建構傳統市場 示範名攤</p>	<p>通過市場名攤認證者，從中針對其攤鋪經營管理成效具備示範作用者，再甄選 50 攤作為示範名攤，透過專家學者所組成之顧問輔導團，實際到點診斷、輔導，並挹注經營管理資源。</p> <p>每年打造傳統市場示範名攤 50 攤(100 年為 15 攤)，五年合計打造傳統市場示範名攤至少 215 攤。</p>
<p>2.5 辦理樂活菜市 仔成果展示活動</p>	<p>為表揚各項評選計畫之縣市政府、鄉鎮市公所、傳統市集自理組織，並讓上述人員廣為了解傳統市場現代化後之新風貌及讓全國消費者廣為了解傳統市場現代化後之新風貌，展現計畫推動成果，辦理全國性樂活菜市仔成果展示活動。</p> <p>每年辦理 1 場次大型成果展示活動，五年合計至少 5 場次。</p>
<p>2.6 推動產業經營 觀摩交流</p>	<p>結合樂活菜市仔創業計畫辦理觀摩活動，加速有意願於市集創業者對傳統市集之了解與認識，並致力於標竿學習及同業間經營管理技術交流，引導傳統市場全面升級。並透過傳統市場與異業間的交流合作，使傳統市場在服務面及經營體質上更加健全茁壯。</p> <p>每年至少辦理觀摩交流活動 50 車次(100 年為 10 車次)，五年合計至少辦理觀摩交流活動 210 車次。</p>

3. 樂活菜市仔創業

績效指標	評估標準
3.1 辦理樂活菜市仔創業培訓課程	<p>宣傳吸引失業者、攤商第二代、剛畢業進入職場者及有意願轉型之攤商等進行專業市場攤鋪位經營管理知識與技巧，包括市集產業介紹、進銷存管理、會計記帳作業、販售技巧、顧客服務、食品安全衛生管理、陳列技巧等，並邀請成功經營者分享及個案研討，最後安排實地觀摩見習，瞭解實際運作。</p> <p>每年培訓 300 人(100 年為 100 人)，五年合計培訓出 1300 人。</p>
3.2 協助創業者相關資源媒合	<p>創業初期需要許多的資源，包括資金需求、創業諮詢、供貨來源、合作夥伴等等，透由事先的整理彙整後，適時地提供媒合協助，以加速樂活菜市仔創業的進行。</p> <p>每年媒合 200 次(100 年為 50 次)，五年合計媒合 850 次。</p>
3.3 進行創業者初期營運輔導	<p>雖傳統市場內的攤鋪位經營不像公司行號困難，但畢竟不熟悉仍有一定的風險存在，是以需要專業的輔導顧問協助，包括市場分析、產品定位、價格設定、資金運用等經驗傳授，以降低創業的風險。</p> <p>每年輔導創業計 1000 攤(100 年為 260 攤)，五年合計輔導創業 4260 攤。</p>

4. 樂活菜市仔雜誌發行

績效指標	評估標準
4.1 編撰傳統市場專屬平面刊物	<p>採訪彙整現代化傳統市場發展動態、新知，以圖文對照方式編輯，發行專刊(快樂菜市仔)，除資料流通外，亦使傳統市場自理組織、營業業者有學習改善的觀念灌輸，亦能營造傳統市場歡樂購物氛圍，向消費者宣傳傳統市場現代化後的全新面貌。</p> <p>每年發行 10 期(100 年為 3 期)，五年至少 43 期，每期 3,000 本。</p>

5. 二手產業市場活化

績效指標	評估標準
5.1 建立二手商品交易示範市集認證	<p>透過甄選與認證，協助國內優質或具潛力的二手商品交易市集通過認證成為示範市集，並依 KSF 成功關鍵要素建立 SOP 標準作業規範。</p> <p>每年至少 3 處(100 年為 1 處)，五年合計通過認證二手商品交易示範市集至少 13 處。</p>
5.2 推動傳統市場閒置空間規劃二手市集	<p>針對因營運績效不彰而造成部份攤位未營業或整層空置的傳統市場空攤問題甚至蚊子館，研擬二手商品交易專區閒置空間再運用機制，透過規劃、輔導與改善，全面協助活化再造。</p> <p>每年協助規劃 20 處閒置空間(100 年為 5 處)，五年合計活化再造 85 處傳統市場閒置空間規劃二手市集。</p>

<p>5.3 編撰二手產業 專屬平面刊物 (自 101 年實施)</p>	<p>採訪彙整二手產業發展動態、新知，發行專刊。 每年發行 4 期，每期 3,000 份。</p>
<p>5.4 培育二手產業 經營管理人才</p>	<p>針對全國常態性經營的二手市集經營管理者與業者，作為重點培育對象，加強培育其視野、企圖心與規劃管理、經營能力，培訓重點包括國內外二手市集發展與趨勢探討、二手商品交易業者自律公約、示範市集推動實務、二手商品行銷與二手市集經營管理等主要內容。101 年起每年至少辦理 3 場次，培訓 100 人次。(100 年 1 場次)</p>
<p>5.5 辦理二手示範 市集主題行銷 活動 (自 101 年實施)</p>	<p>為活絡二手產業商機及行銷二手示範市集特色，籌辦主題行銷活動。 每年至少辦理二手示範市集主題行銷活動 3 場次。</p>
<p>5.6 辦理二手產業 成果展示活動 (自 101 年實施)</p>	<p>為讓全國消費者廣為了解二手產業蓬勃發展之新風貌，籌辦全國性二手產業成果展示活動。 每年辦理 1 場次活動。</p>
<p>5.7 二手行銷網站 平台 (自 101 年實施)</p>	<p>建置及更新國內二手行銷知識平台 1 式(含網站及二手行銷資料庫)，強化網站功能，建立溝通反映平台，透過網路廣宣計畫相關活動，擴大宣導績效。</p>

6. 綠色商業市場推廣

績效指標	評估標準
6.1 成立綠色行銷諮詢輔導服務團	<p>結合產官學專家學者至少 10 位，成立綠色行銷服務團，擬定並修正綠色市集評鑑辦法、綠色市集認證制度，並參與綠色市集評選及提供諮詢輔導工作。</p>
6.2 綠色市集甄選認證與輔導	<p>推動綠色市集示範代表，每縣市至少甄選 1 處綠色市集予以深化綠色行銷輔導，包括節能減碳及資源回收再利用等。</p> <p>每年至少 25 處，共計五年輔導 103 處綠色示範市集。(100 年 3 處)</p>
6.3 綠色示範攤選拔	<p>針對綠色市集內所屬攤商為選拔對象，每處市集遴選至少 5 攤綠色示範攤。每年至少 125 攤，合計五年至少 512 攤。(100 年 12 攤)</p>
6.4 培育綠色行銷管理人才	<p>辦理綠色觀念宣導課程、綠色推廣種子培訓課程或綠色市集交流會，加強產業人員對節能減碳及資源回收再利用等綠色觀念，培訓對象為縣市政府業務人員、管理員及市集幹部與攤商。</p> <p>每年至少培訓 100 人次，合計五年至少 500 人次。</p>
6.5 辦理綠色觀摩列車 (自 101 年實施)	<p>參與對象為媒體記者、縣市政府業務人員、管理員、市集幹部與攤商，觀摩對象為各縣市綠色示範市集標竿代表或異業標竿。</p> <p>每年共 20 車次 600 人次參與。</p>

6.6 綠色行銷網站平台	強化及更新國內綠色行銷知識平台 1 式 (含網站及綠色市集資料庫), 擴充網站功能, 建立綠色溝通反映平台, 透過網路廣宣計畫相關活動及節能減碳綠色實務操作, 擴大宣導績效。
6.7 辦理綠色市集主題聯合行銷活動(自 101 年實施)	為行銷綠色商機及綠色示範市集特色, 籌辦北中南東各區主題聯合行銷活動。 每年至少辦理 4 場次。
6.8 綠色成果展暨頒獎典禮	辦理綠色成果展、綠色示範市集及綠色攤商頒獎儀式一場次, 並進行交流座談。 五年合計 5 場次。
6.9 綠色市集媒體專題(自 101 年實施)	選擇綠色行銷相關權威性平面雜誌或刊物製作年度綠色行銷專題企劃報導。協助消費者認識綠色消費同時支持綠色消費, 每年 1 式。

7. 結合 ICT 網路市集行銷

績效指標	評估標準
7.1 強化建立網站行銷廣度	<p>網站全面改版建置, 重新設定網站風格及包裝, 增闢網站園丁功能, 開放各市場管理員使用權限自行上網耕耘參與。</p> <p>擴大行銷「網路市集」網站知名度, 辦理網路行銷活動, 藉由一連串活動的方式, 讓大家熟悉並了解政府於推廣、輔導、經營傳統市集的歷年成果。</p> <p>每年至少辦理 3 次網路行銷活動, 五年合計辦理至少 15 次行銷活動。</p>

7.2 豐富網站資訊資源	<p>規劃網站 Mash-up 多元資訊的方式串連各路流量。</p> <p>網站全面導入 SEO 搜尋優化。</p> <p>建立網路地圖 POI 機制，將市集走透透的市場資料，實際結合至 MAP 圖資。</p> <p>建置 PDA 版本，單一上稿多向發佈，讓資訊隨著消費者移動，真正做到繁榮地方經濟。</p>
7.3 佈建傳統市場辦公室網路及資訊設備 (自 101 年實施)	<p>建構每年 100 處傳統市場辦公室網站管理設備，包括提供上網的電腦以及網路連線費用，並輔導其管理網站內容，統一辦理教育訓練等課程，以及後續客服諮詢等服務。</p>
7.4 建構協同商務平台(含 ERP 及 SCM)	<p>進行企業資源規劃 (ERP) 輔導,建構 e 化管理平台，整合管銷資訊，即時掌握營運成本，輔導攤商開立發票。</p> <p>另進行供應鏈管理 (SCM) 輔導,協助成立攤商聯合統銷統購機制，強化商品供應，降低採購成本，提升競爭力，確保商品品質。</p>
7.5 建立客戶管理系統(eCRM)	<p>進行顧客關係 (CRM) 管理輔導：客戶資訊建立、管理、顧客意見回饋，強化客戶互動及服務。</p>
7.6 引導 ICT 電子商務模式及電子發票機制	<p>引導市場建立電子商務模式,藉由資通科技，建構網路市集平台，協助攤商進行網路行銷以提高知名度，引導攤商建立電子商務模式（以市集名攤及樂活創業攤商為輔導重點）並導入電子發票機制以利掌握市場經營實況。</p>

三、現行相關政策及方案之檢討

(一) 現行相關政策及方案

1. 法規制度

依「地方制度法」之規定，傳統市場其許可、設立及管理由地方政府分別依職權自行決定；且地方民選首長有其施政理念及地方民意機關有其自主權，當可就地方實情、需求，因地制宜制定自治法規，必要時由中央協助。

鑑於傳統市場用地在各地方大部分位於都市計畫之市場用地，其土地、建物及設備等產權，在直轄市、省轄市歸直轄市、市政府；在縣轄市歸鄉、鎮、市公所，多屬公有財，為因應經營及有效管理，經濟部訂定「零售市場管理條例」，主要係參酌「台灣省零售市場管理規則」、「高雄市零售市場管理自治條例」與「台北市零售市場管理規則」等相關規定，並衡酌各縣（市）政府管理實務，訂定原則性統一之規範，對於因地制宜事項，仍授權由各地方主管機關訂之。

2. 改進傳統市集經營管理計畫

為加速傳統市場更新與改善，自民國 96-99 年經濟部推動「改進傳統市集經營管理中程計畫」，建立一套完整推動機制，讓傳統市場業者自行組合起來，自主性的改善經營環境，並透過組織化的輔導，建立共同經營、共同參與的理念，使得傳統市場於不斷興起的競爭環境裡，再創競爭優勢，並依循現代化發展的腳步，經營傳統與現代兼容並蓄之願景。

3. 傳統零售市場更新改善計畫

為改善全國公有零售市場及攤販集中場，提供消費者安全、舒適的消費環境，以及激勵提升攤商投資經營意願，帶動公共建設，提供

就業機會，優先解決全國危險市場之安全改善，進而處理全國髒亂市場之衛生改善，經濟部中部辦公室於民國 98-99 年推動「傳統零售市場更新改善計畫」，成果豐碩，已成功建構全國現代化市場之示範模式。

4. 傳統市場多設有市場管理委員會組織負責市場安全、衛生、環境清潔等工作，公有市場多為固定攤商，市場由地方政府或委外管理，接受政府公帑來改善相關設施其爭議較小。

（二）執行檢討

傳統市場之輔導與管理，有賴長期性與持續性的工作，透過「改進傳統市集經營管理計畫」及「傳統零售市場更新改善計畫」雖已完成階段性目標，但面臨瞬息萬變的社會生態、國民消費習性的轉變等因，如何維持傳統市場的功能及攤商的生機，建構市場優質新風貌，誠為重要。惟仍有待再投入更積極的發展性計畫，導入現代化營運技術及觀念再造等努力，才能不斷改善國民購物環境。對過去執行成效，展望檢討如下：

1. 持續研修以完備傳統市場管理法規

- （1）零售市場管理條例雖然通過立法實施，但為推動相關改善業務，仍須協助地方政府依「地方制度法」之規定，儘速自行制定零售市場之輔導管理相關自治法規。尚未制定或尚未擬定之縣市政府，經濟部將持續以行政指導方式協助，以完備法制。
- （2）市場用地、建物涉及都市計畫土地使用分區、都市計畫公共設施多目標使用辦法及建築法規等法令規定，為符合未來市場發展需求，上述法規亦應予以配合檢討。
- （3）民間參與市場公共建設及傳統市場聯合（共同）經營等規章，對空攤整頓、閒置空間再利用及活化轉型等有益，可避免市場惡

化、提高市場使用率及增加財政收入，具明顯效益，於鼓勵方面宜再予強化。

2. 持續推動攤商進行產業間及跨產業合作

傳統市場經營方式較為傳統，缺乏現代化觀念，無法與新式賣場競爭，以致市場經營管理日趨困難。政府應推動相關產業觀摩，以協助攤商汲取新知及拓展視野，順應現代化經營觀念不斷推陳出新，以利改變經營方式，提升傳統市場競爭力，發揮傳統市場的功能。

3. 定期辦理訓練以加強培育種子領袖經營者

在各市場選擇有能力與意願的優秀經營者為種子領袖，加強培育其視野、企圖心與規劃管理力，並定期研討營運模式及示範交流等活動，以提升現代化之管理，強化傳統市場之競爭力。

4. 擴大推動優良市場認證措施

經過「改進傳統市集經營管理計畫」及「傳統零售市場更新改善計畫」已逐漸建立全國傳統市場其自主管理之模式，經輔導認證後之市場獲明顯改善，經營績效亦優於未獲認證之市場，不論是政府官員、自治會、業者或是消費者都感到市場有明顯的改善，較為顯著的項目有市場環境更為整齊清潔明亮，市場更有秩序、較現代化及更具競爭力，業者的經營素質提高了，同時市場整體及個別攤鋪都更為衛生，景觀意象也更為美觀，種種進步也帶動了來客數。

然而目前經認證之優良市場的比例尚屬少數，大多數市場仍存在著許多缺失尚待改進，有必要擴大推動將輔導成效擴展至全國之傳統市場，同時藉由模式複製，將成功案例有效推廣。

5. 運用資訊設備協助傳統市場開發商機

除提升市場正面形象、提升攤商(販)之服務態度及市場環境改善

外，協助強化市場運用資訊設備服務消費者，同時透過口碑行銷創造更多商業契機亦為重點方向。從特色化行銷、服務、技術及包裝等，加強宣傳並且號召顧客，增加市場的魅力。

6. 經費問題

全國公有傳統市場約計有 615 處，從業人口估計有 18 萬人，大多數尚待推動環境之整頓改善、建立制度性規範、拓展電子商務、營造新風貌等，本計畫之推動，無論中、長程對穩定基層脈動、抑制中高年齡失業人口、確保民生消費、增進社會繁榮進步均確有績效。又辦理工作事項繁多，且具可行性、指標性、代表性與示範性，當善用可用資源下，擬定中程計畫，確需專案性經費以支應。

四、執行策略及方法

(一) 主要工作項目

對象	公有零售市場及攤商
目的	提昇傳統市場發展潛力
計畫面向	傳統市場現代化 閒置空間轉型再造 綠色市場 二手市場 建構傳統市場網路資訊及交易平台
策略	模式複製 效益擴散
方法	輔導 認證 效益擴散宣傳

以傳統市場現代化而言，推動建立「優良市場」為首要課題，先行將全國 615 個公有市場分類建構成都會型、城鄉型之經營模式，並提供協助認證成為優良市場。同時，組成經營輔導小組，提供優良市場經營輔導之協助，以提昇成為示範型現代化傳統市場，作為推廣擴散至全國傳統市場之典範。

此外，將以傳統市場最具代表性的業種為輔導標的，組成經營輔導小組，遴選出具有經營特色、業種代表性等條件，且有配合意願的優質攤商予

以輔導，塑造成傳統市場示範攤鋪之典範，並將改善之效益有效推廣宣傳。

再者，部份傳統市場因經營績效不彰，或是攤位承租人因素，或是缺乏整體經營管理觀念，致使市場出現有未營業的空攤，或是未使用的閒置空間或樓層，協助現地導入二手商品交易或創意手作商品交易，形成二手交易市場等，將透過專家學者顧問團巡視診斷，並挹注資源以進行改善。

另外藉由資訊通訊科技(ICT)及 3W(即網站、無線及寬頻等)的 e 化觀念，建構傳統市場網路平台，開發傳統市場網路採購環境，協助傳統市場進入網路購物市場。資訊通信整合技術可以透過網頁將完整優惠資訊、市集說明及地圖資訊整合，更可以區域為單位，提供該區路線及情報。

當然，積極推動國內綠色商業及二手商品交易概念，並創造更有潛力的商業環境，期望能在環保與經濟發展兼顧的情形下，發揮產業的最大動能，亦是計畫重點。

計畫重點

1. 樂活菜市仔示範攤鋪輔導

2. 樂活菜市仔優良市場及名攤認證

3. 樂活菜市仔創業

4. 樂活菜市仔雜誌發行

5. 二手產業市場活化

6. 綠色商業市場推廣

7. 結合 ICT 網路市集行銷

(二) 分期(年)執行策略

期別／年度	執行策略
樂活菜市仔 發展整備期 (100年)	<ul style="list-style-type: none"> 一、召開計畫啟動說明，傳達政策目的，帶動參與。 二、建立市場及攤鋪示範標竿，舉辦促銷及成果展示活動。 三、吸收就業市場新血進駐傳統市集產業，激發產業創新改變風潮。 四、推動改善市場閒置空間，輔導二手市集認證。 五、辦理二手市集行銷及成果展示活動，傳達二手市集特色。 六、培訓二手產業知識人才，廣宣二手商品交易觀念與知識。 七、輔導認證綠色市集，辦理促銷及成果展示活動。 八、開發網路購物環境，協助傳統市場商品網路行銷。
樂活菜市場 行動推廣期 (101年)	<ul style="list-style-type: none"> 一、持續輔導認證優良市場與示範攤鋪，舉辦促銷及成果展示活動，展現基層商業生命力。 二、持續進行樂活菜市仔創業培訓課程，輔導創業者進駐市集空攤。 三、推動經營觀摩交流，持續廣宣樂活菜市仔。 四、閒置空間轉型，導入二手商品交易，持續認證二手市場。 五、養成二手產業經管人才，深入廣宣二手市集推動成果。 六、持續輔導認證綠色市集，辦理促銷及成果展示活動。 七、辦理綠色市集觀摩，養成綠色行銷人才，廣宣綠色推動效益。 八、規劃 CRM/ERP/SCM 等機制，建構協同商務平台。 九、持續協助傳統市場商品網路行銷。
樂活菜市場 行動整合期 (102年)	<ul style="list-style-type: none"> 一、擴大優良市場及名攤輔導認證，辦理促銷活動及成果展示活動。 二、擴大樂活菜市仔創業培訓課程，輔導創業者進駐市集空攤。 三、推動示範交流，深度廣宣樂活菜市仔。 三、擴散市場閒置空間轉型再造標竿，持續建立二手市場示範點。

	<p>四、型塑二手產業人力資本，廣宣二手市集推動成效。</p> <p>五、推廣綠色市集示範標竿，擴大推動成果展示活動。</p> <p>六、積累綠色市集經管人才，深入廣宣綠色市集推動成效。</p> <p>七、擴大網路市集知名度及網路人氣，形塑嶄新網路菜市仔。</p> <p>八、健全市場管理人員線上管理功能，完備建制網路購物環境。</p>
樂活菜市仔 成效融合期 (103年)	<p>一、連結示範點，型塑全國優良傳統市場群聚效應。</p> <p>二、統整整體成效，進行績效總檢討評估。</p> <p>三、擬訂未來發展策略，與國內產業升級同步並進。</p>
樂活菜市仔 成效擴大期 (104年)	<p>一、擴大成果展示活動，讓全國民眾見證傳統市場現代新面貌。</p> <p>二、展現傳統市場現代化經管能力，階段性完成產業升級。</p> <p>三、結合國內其他產業進行異業統整合作。</p>

(三) 執行步驟 (方法) 與分工

1、執行步驟 (方法)

(1) 樂活菜市仔示範攤鋪輔導

推動重點

建立示範攤鋪甄選及輔導機制。

甄選示範攤鋪。

建立示範攤鋪專家學者輔導團隊。

輔導示範攤鋪建立現代化購物環境升級。

全方位培育市場經管人才。

示範攤鋪經營管理知識提昇。

- A. 以傳統市場內經營魚、肉、雞鴨、蔬菜、水果、美食、雜貨等主要業種的攤鋪為對象，成立顧問輔導團，由專家學者進行到點診斷、輔導，並挹注資源，輔導攤商經由攤招設計、貨品陳列、環境整頓、文宣設計、顧客服務等手段，升級為現代化的購物環境，強化攤商競爭力。每年遴選 200 處市場(100 年為 60 處)，每處市場輔導 8 攤主要業種。
- B. 選擇有能力與意願的優秀傳統市場經營者與地方政府主管機關的管理員、業務人員，作為重點培育對象。加強培訓其視野、企圖心與規劃管理、經營能力，培訓重點包括法規研討、現代化傳統市場變身、模範攤鋪、市場行銷、經營管理、國外成功案例等主要內容。每年至少辦理 25 場次。(100 年為 10 場次)。

(2) 樂活菜市仔優良市場及名攤認證

推動重點

建立優良市場分級與認證機制。

輔導優良市場建立現代化經營模式。

遴選示範市場辦理主題性集客及行銷活動。

推動市場名攤認證。

建構傳統市場示範名攤。

辦理樂活菜市仔成果展示活動。

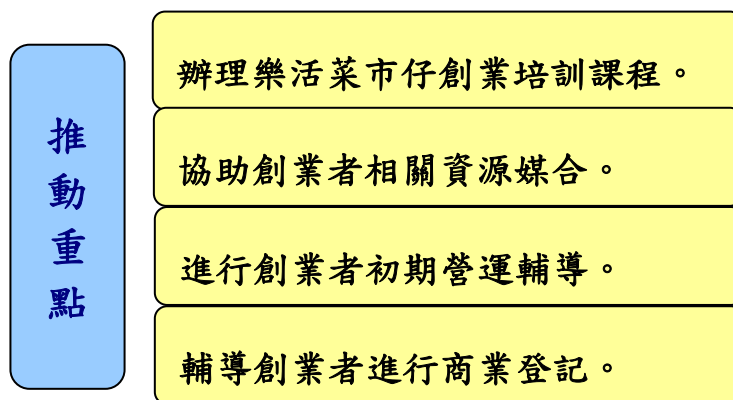
推動產業經營觀摩交流。

現代化市場經營管理知識提昇。

- A. 推動優良市場分級與認證機制，加速市場經營管理升級進程。將全國傳統市場分別建構都會型市集、城鄉型市集二種地域經營模式，協助優質或具潛力傳統市場通過認證為現代化傳統市場，每年至少 100 處(100 年為 30 處)。透過專家學者所組成之顧問輔導團，實際到點診斷、輔導與改善，藉由市場環境評比及衛生評比，推動市場改善，示範標竿做法，擴大輔導效益範圍。
- B. 為宣導及輔導市場禽肉攤商、自理組織幹部等，持續宣導教育，舉辦禽肉攤商管理輔導說明會 6 場次，並將活禽攤商管理列入優良市場認證評比項目。
- C. 為活絡傳統市場商機及行銷傳統市場特色，從優良市場中擇優再選出 10 處示範市集，辦理主題性集客推廣活動，每年至少辦理 10 場次。(100 年為 3 場次)。
- D. 建立市場名攤鋪認證機制，邀請專家學者所組成之顧問輔導團，實際到點診斷，針對其販售商品具有特色及代表性或經營管理具特色者。每年認證 100 攤特色名攤。(100 年為 30 攤)。
- E. 通過傳統市場特色名攤認證，針對其攤鋪經營管理成效具備示範作用者，再甄選 50 攤示範名攤(100 年為 15 攤)，透過專家學者所組成之顧問輔導團，實際到點診斷、輔導，並挹注經營管理資源。
- F. 為表揚各項評選計畫之縣市政府、鄉鎮市公所、傳統市集自理組織，並讓上述人員廣為了解傳統市場現代化後之新風貌及讓全國消費者廣為了解傳統市場現代化後之新風貌，籌辦全國性現代化傳統市場成果展示活動，每年辦理 1 場次大型活動，展現現代化傳統市場成果。
- G. 實施基層商業化人才養成教育，逐步建立現代化技術，提昇傳統

市場人力價值，並藉由現代化市場經營技術交流，推動示範觀摩，吸收成功經驗，激盪經營業者改善風潮。每年至少辦理 50 車次 1500 人次。(100 年為 10 車次,300 人次)。

(3) 樂活菜市仔創業



- A. 首先完備樂活菜市仔創業機制，包括招收的對象設定、如何進行宣傳招生、培訓的內容、參訓的益處、創業資金的申請、培訓後的輔導創業方案及其它包括空攤的調查、法規的遵循等。
- B. 樂活菜市仔創業培訓課程，培訓有意願進傳統市集產業相關經營管理知識與技巧，包括市集產業介紹、進銷存管理、會計記帳作業、販售技巧、顧客服務、食品安全衛生管理、陳列技巧等，並邀請成功經營者分享及個案研討，最後安排實地觀摩見習，瞭解實際運作。依照各縣市需求安排，每年培訓 300 人(100 年為 100 人)，五年合計培訓出 1300 人。另設計結業測驗，以收培訓成效。
- C. 針對培訓完成之學員進行創業的相關協助，包括資源的媒介、創業貸款的申請、營運計畫書的撰寫、營運地點的遴選、攤招(架)的購置設計、商品供應來源等，透過專業輔導顧問的協助，進行

經營策略、日常營運管理及商品行銷手法協助，讓創業風險降到最低，以提供創業之意願，每年將輔導創業計 1000 攤(100 年為 260 攤)，五年合計輔導創業 4260 攤。透過這些新創業者帶來新的經營模式及創意行銷，帶動其它經營者思變的推手。

(4) 樂活菜市仔雜誌發行

**推動
重點**

編撰傳統市場專屬平面刊物。

- A. 編撰及發行傳統市場專業雜誌刊物，每年至少發行 10 期(100 年為 3 期)，宣示政府輔導改善傳統市場之決心，彰顯傳統市場改善新風貌。
- B. 經由樂活菜市仔發行，有效宣傳計畫執行成效，點亮傳統市場活躍生命力，向消費者充分宣傳優質攤鋪歡樂購物氛圍。

(5) 二手產業市場活化

**推動
重點**

推動傳統市場閒置空間規劃二手市集。

建立二手商品交易示範市集認證。

編撰二手產業專屬平面刊物。

培育二手產業經營管理人才。

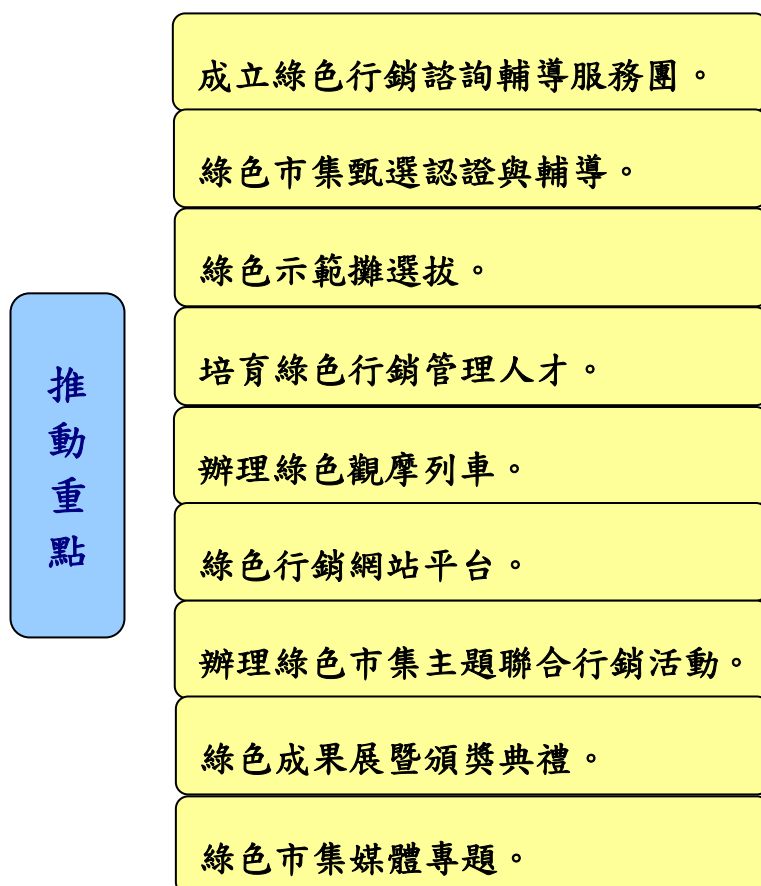
辦理二手示範市集主題行銷活動。

辦理二手產業成果展示活動。

二手行銷網站平台。

- A. 建立二手示範市集認證制度，輔導國內優質或具潛力的二手商品交易市集升級，導入 KSF 成功關鍵要素建立 SOP 標準作業規範，協助國內二手產業升級發展。每年通過認證二手商品交易示範市集至少 3 處(100 年為 1 處)。
- B. 針對傳統市場內因營運績效不彰未營業的空攤，或是整層空置未使用的閒置空間，研擬轉型再運用機制，引進二手商品交易專區。遴選各縣市傳統市場，透過規劃、輔導與改善，全面協助活化再造，每年協助規劃 20 處(100 年為 5 處)傳統市場閒置空間。
- C. 傳達二手產業動態與新知，介紹推動成效，發行二手市集專刊，自 101 年起每年發行 4 期，每期 3,000 份。
- D. 培育二手產業經營管理人才，厚植產業發展人力資本，課程規劃重點包括國內外二手市集發展與趨勢探討、二手商品交易業者自律公約、示範市集推動實務、二手商品行銷與二手市集經營管理等主要內容。自 101 年起每年至少辦理 3 場次。(100 年 1 場次)
- E. 活絡二手交易商機，行銷二手示範市集特色，籌辦主題行銷活動，每年至少辦理二手示範市集主題行銷活動 3 場次(自 101 年實施)。
- F. 宣傳二手產業蓬勃發展之新風貌，籌辦全國性二手產業博覽會成果展示活動，自 101 年起每年辦理 1 場次大型活動。
- G. 自 101 年起建置及更新國內二手產業知識平台 1 式(含網站及二手行銷資料庫)，強化網站功能，建立產業新知平台，透過網路廣宣計畫相關活動，擴大宣導績效。

(6) 綠色商業市場推廣



- 結合產官學專家學者至少 10 位，成立綠色行銷服務團，擬定並修正綠色市集評鑑辦法、綠色市集認證制度，並參與綠色市集評選及提供諮詢輔導工作。
- 辦理甄選綠色市集示範點，每縣市至少甄選 1 處綠色市集予以深化綠色行銷輔導，包括節能減碳及資源回收再利用等，每年至少輔導 25 處（100 年 3 處）綠色示範市集。
- 針對綠色市集內所屬攤商為選拔對象，每處市集遴選至少 5 攤綠色示範攤，每年至少 125 攤（100 年 12 攤）。
- 辦理綠色觀念宣導課程、綠色推廣種子培訓課程或綠色市集交流會，加強產業人員對節能減碳及資源回收再利用等綠色觀念，培

訓對象為縣市政府業務人員、管理員及市集幹部與攤商，每年至少培訓 100 人次。

- E. 辦理綠色交流觀摩活動，參與對象為媒體記者、縣市政府業務人員、管理員、市集幹部與攤商，觀摩對象為各縣市綠色示範市集標竿代表或異業標竿。自 101 年起每年共 20 車次 600 人次參與。
- F. 強化及更新國內綠色行銷知識平台 1 式（含網站及綠色市集資料庫），擴充網站功能，建立綠色溝通反映平台，透過網路廣宣計畫相關活動及節能減碳實務操作，擴大宣導績效。
- G. 為行銷綠色商機及綠色示範市集特色，籌辦北中南東各區主題聯合行銷活動，自 101 年起每年至少辦理 4 場次。
- H. 每年辦理綠色成果展、綠色示範市集及綠色攤商頒獎儀式一場次，並進行綠色交流餐敘。
- I. 選擇綠色行銷相關權威性平面雜誌或刊物製作年度綠色行銷專題企劃報導。協助消費者認識綠色消費同時支持綠色消費。（自 101 年起）

(7) 結合 ICT 網路市集行銷

推動重點

強化網站行銷廣度。

豐富網站資訊資源。

佈建傳統市場辦公室 ICT 網路資通管理設備。

建立客戶管理系統(eCRM)。

建構協同商務平台(含 ERP 及 SCM)

引導 ICT 電子商務模式及電子商務使用電子發票機制。

- A. 網站全面改版建置，重新設定網站風格及包裝，增闢網站園丁功能，開放各市場管理員使用權限自行上網耕耘參與。整合「網路市集」網站「市集走透透」單元的市集資料庫與「傳統零售市場更新改善計畫」的市集資料庫。加強原「市集知識家」功能，達到能共用編輯、建立的 Wiki 集體智慧模式。
- B. 規劃網站 Mash-up 多元資訊的方式串連各路流量。網站全面導入 SEO 搜尋優化。建立網路地圖 POI 機制，將市集走透透的市場資料，實際結合至 MAP 圖資。建置 PDA 版本，單一上稿多向發佈，讓資訊隨著消費者移動。
- C. 自 101 年起建構每年 100 處傳統市場辦公室網站管理設備，包括提供上網的電腦以及網路連線費用，並輔導其管理網站內容，統一辦理教育訓練等課程，以及後續客服諮詢等服務。
- D. 加強社群經營，並推動至實體行銷，運用 ICT 以團購的方式將其會員實體化，並運用議題來建立一智囊團，網站營運團隊建立經營成果回收報告以及交付未來發展展望報告。
- E. 擴大行銷「網路市集」網站知名度，辦理網路行銷活動每年至少 3 次。各項行銷訊息由各市場網站園丁即時上網公布，藉由一連串活動的方式，讓大家熟悉並了解政府於推廣、輔導、經營傳統市集的歷年成果。
- F. 引導市場建立電子商務模式：藉由資通科技，建構網路市集平台，協助攤商進行網路行銷以提高知名度，引導攤商建立電子商務模式（以市集名攤及樂活創業攤商為輔導重點）並導入電子發票機制以利掌握市場經營實況。
- G. 顧客關係（CRM）管理輔導：客戶資訊建立、管理、顧客意見回

饋，強化客戶互動及服務。

- H. 企業資源規劃（ERP）輔導：建構e化管理平台，整合管銷資訊，即時掌握營運成本，輔導攤商開立發票。
- I. 供應鏈管理（SCM）輔導：協助成立攤商聯合統銷統購機制，強化商品供應，降低採購成本，提升競爭力，確保商品品質。
- J. 闢建網路園丁：網路市集闢建網路園丁專區，督導全國市場管理人員參予維護，即時更新市場基本資料、促銷資訊。
- K. 開闢市場部落格：開闢客服專區及討論區，辦理顧客意見調查及線上回應機制，掌握需求，增強顧客互動。

2、分工

主要工作項目	工作項目	推動機關	執行單位
一、樂活菜市 仔示範攤 鋪輔導	1.推動傳統市場示範攤鋪。 2.全方面培育傳統市場經營人才。	經濟部 環保署 衛生署 台北市、高雄市、 縣（市）政府	委辦單位
二、樂活菜市 仔優良市 場及名攤 認證	1.推動優良市場認證。 2.舉辦禽肉攤商管理輔導說明會。 3.遴選示範市場辦理主題性集客及 行銷活動。 4.推動市場名攤認證。 5.建構傳統市場示範名攤。 6.辦理樂活菜市仔成果展示活動。 7.推動產業經營觀摩交流。	經濟部 環保署 衛生署 台北市、高雄市、 縣（市）政府	委辦單位
三、樂活菜市 仔創業	1.辦理樂活菜市仔創業培訓課程 2.協助創業者相關資源媒合 3.進行創業者初期營運輔導	經濟部 衛生署 中小企業處 青輔會 勞委會 地方政府	委辦單位
四、樂活菜市 仔雜誌發 行	1.編撰傳統市場專屬平面刊物。	經濟部 新聞局	委辦單位
五、二手產業 市場活化	1.建立二手示範市集認證。 2.推動傳統市場閒置空間規劃二手	經濟部 環保署	委辦單位

	<p>市集。</p> <p>3.編撰二手產業專屬平面刊物。</p> <p>4.培育二手產業經營管理人才。</p> <p>5.辦理二手示範市集行銷活動。</p> <p>6.辦理二手產業成果展示活動。</p> <p>7.二手行銷網路平台。</p>	<p>行政院永續發展 委員會</p> <p>台北市、高雄市、 縣(市)政府</p>	
<p>六、綠色商業 市場推廣</p>	<p>1. 成立綠色行銷諮詢輔導服務團。</p> <p>2. 綠色市集甄選認證與輔導。</p> <p>3. 綠色示範攤選拔。</p> <p>4. 培育綠色行銷管理人才。</p> <p>5. 辦理綠色觀摩列車。</p> <p>6. 綠色行銷網路平台。</p> <p>7. 辦理綠色市集聯合行銷活動</p> <p>8.綠色成果暨頒獎典禮。</p> <p>9.綠色市集媒體專題。</p>	<p>經濟部</p> <p>新聞局</p> <p>環保署</p> <p>台北市、高雄市、 縣(市)政府</p> <p>行政院永續發展 委員會</p>	<p>委辦單位</p>
<p>七、結合 ICT 網路市集 行銷</p>	<p>1. 強化網站行銷廣度。</p> <p>2. 豐富網站資訊資源。</p> <p>3. 佈建傳統市場辦公室 ICT 網路管 理設備。</p> <p>4. 建構協同商務平台(含 ERP 及 SCM)。</p> <p>5. 建立客戶管理系統(eCRM)。</p> <p>6. 引導 ICT 電子商務模式及電子發 票機制。</p>	<p>經濟部</p> <p>台北市、高雄市、 縣(市)政府</p>	<p>委辦單位</p>

五、期程與資源需求

(一) 計畫期程

自民國 100 年 1 月 1 日起至 104 年 12 月 31 日止。

(二) 所需資源說明

1、人力資源

鑑於本計畫各年工作項目繁多，除委由各相關協會、團體及學術機關等參與執行外，仍需專業人員負責監督、控管；所需人力需求部份，將配合實際業務需要逐年檢討。亦需財團法人、學術單位、顧問公司及具備管理專長社團等民間單位的協助配合，將予適當的宣導，俾利各單位充分參與。

2、財務需求

本中程計畫個案執行經費分工 5 年 5 期實施，所需經費概估約需 5 億 5 仟 1 佰萬元。

六、預期效果及影響

(一) 預期效果

就實施策略區分，其預期效果為：

1. 現代化優質賣場升級，提升傳統市場競爭力

- (1) 透過診斷、輔導與改善，突破傳統打造攤鋪升級，輔導傳統市場內示範攤鋪轉型現代化環境至少 6,880 攤。
- (2) 傳統市場經營管理人才養成，辦理 110 場次加強各項知識，學習多元化新知。培育現代化傳統市場推動過程中所需要的大量人才，並建立人才庫。
- (3) 創新經營技術交流 210 車次，以標竿學習引領自我升級。

2. 建立推動優良市場分級與認證，創新經營樂活菜市仔

- (1) 建立優良市場及名攤認證制度，輔導認證優良市場至少 430 處，認證具特色及代表性之市場名攤 430 攤。
- (2) 打造 215 攤示範名攤成為示範對象，除表揚之外兼具鼓勵業者改善學習之目標。
- (3) 動員全國參與，行銷宣傳樂活菜市仔成果發表四場次。展現傳統市場新風貌、活絡傳統市場商機、行銷傳統市場特色，亦使全國消費者了解傳統市場現代化後之新風貌，並吸引消費者前往傳統市場消費，擴大傳統市場之客群。
- (4) 彙編 43 期平面刊物，建立傳統市場自理組織及攤鋪攤商學習改善的學習手冊，並向消費者充份宣傳傳統市場歡樂購物氛圍及現代化後的全新面貌。

3. 運用現代化消費習慣宣導，加強傳統市場網路市集行銷運用
 - (1) 建構傳統市集網路平台，開發傳統市場網路採購環境，運用 ICT 團購方式增加傳統市場營運通路，開發商機。
 - (2) 辦理顧客調查及開放討論區，加強社群經營，了解年輕族群購物意向，創造年輕消費族群。

4. 永續發展帶動二手產業及綠色商業，結合多元化資源整合運用趨向
 - (1) 活用並善用資源環境，將傳統市場 85 處閒置空間規劃轉型為二手市集，拓展傳統市場多元化經營，有效增進傳統市場之經營績效，同時響應資源充份再使用之目的。
 - (2) 推動有限資源，以環保創新的理念，推動二手產業及綠色商業蓬勃發展之新風貌，共同響應政府環保及節能政策。推行二手及綠色產業，健全強化二手市集經營環境，輔導及認證二手市集與綠色市集。
 - (3) 培育二手及綠色產業經營管理人才，協助市集產業蓬勃而不失序，並建立知識人才庫。
 - (4) 加強綠色市場宣導，以環境保護觀念作為其經營哲學思想，以綠色文化為其價值觀念，以消費者的綠色消費為中心和出發點，藉由民眾日常接觸共同響應政府環保及節能政策。
 - (5) 倡導二手資源再利用，以社區經營、專業訓練、顧客服務、市場趨勢為首要方向，培植民眾愛物惜物之觀念，同時創造資源無限價值。

(二) 計畫影響

1. 推動優質傳統市場購物環境，提升傳統市場競爭力

在輔導示範攤位及名攤認證制度下，為傳統市場再創經營新局面，促進產業升級。同時改善購物環境，提高生活品質，而有效運用閒置空間，減少傳統市場閒置成為蚊子館的弊端，則可增進傳統市場之經營績效，同時創造營業攤商及消費者雙贏局面。

2. 培育人資建立人才庫，厚植產業未來競爭力，促進產業升級

透過培訓市集人才，建立改善經營理念，同時利用推陳出新的行銷手法，帶動傳統市場整體經營，提昇總體營業成效，創造優質市集發展。另外，透過知識產業人才養成，發展二手產業，營造綠色商業環境，創造多贏局面，增進社會知識經濟趨勢，同時邁向國際化知識產業結構。

3. 注入行銷新觀念，帶動人潮刺激買氣，創造市集新通路

展現傳統市場轉型之新意與魅力，藉由一系列的行銷包裝與促銷活動發展，推廣傳統市場新風貌。同時運用網路科技趨勢，結合現有完整優惠資訊、市集說明及地圖資訊整合，讓資訊隨著消費者移動，真正做到繁榮地方經濟，讓經濟效益無限延伸。

4. 創造綠色地球，推動環保，提昇國際形象

節能減碳愛地球，低碳生活做環保，教育消費者從日常生活做起，此外共同協助國際能源日益短缺與全球暖化問題，發展綠色市集，推

廣二手概念，以貼進生活的消費習慣，潛移默化扭轉消費者生活習慣，一同減緩全球暖化危機，進而提升國際形象。

5. 預計以五年之時間，將全國 849 處公民營市場及攤販集中場予以分級輔導再造，以期改善購物環境、提升經營品質，提升商業競爭力，吸引年輕族群進入消費。
6. 本計畫 5 年預計影響全國市集、8.6 萬攤商、就業人口 17 萬人。
7. 加速傳統市場更新，強化營業環境與休憩遊樂設施，吸引兒童與年輕客戶群；輔導創業，讓經營者年輕化，強化營運活力；運用 ICT 資通技術，提升整體經營管理效能，以達傳統市場之全面改造。

進入多元化競爭時代，必須了解市場競爭力、潮流趨勢以及客戶的需求並創造有特色的競爭力，以傳統零售市場而言，必須考慮到價格、設備、服務及商品，四大要素的相輔相成。

首先，必須找出所有的優點，再來用心思考有那些優點是競爭對手所沒有的，在未來經營的時候，可以在宣傳上將這些特色告訴消費者，以吸引消費者前來。例如：在個別產品的差別(如產品再加工)、整個市場產品結構的差別(如以蔬果為主或以肉類為主)、服務方向、建築物的風格、有美食街…等等，宣傳上便可突顯這些特色以吸引消費者。