基隆市政府

「基隆市望海巷海灣串聯計畫」
委託產業規劃技術服務計畫

附錄

委託單位：基隆市政府
執行單位：財團法人中衛發展中心
執行期間：107 年 12 月 20 日至 109 年 10 月 31 日

目錄

附錄一、海洋遊憩活動產業 3
附錄二、建立智慧化場域之開放資訊平臺 12
附錄三、直售平臺/店鋪行動方案 39
附錄四、智慧潛水裝置系統 45
附錄五、地方參與 48
一、 在地訪談、公聽會、說明會、工作坊舉辦說明 48
二、 深度訪談摘要紀錄 73
三、 八斗子產業資料表 109
四、 活動參與照片 123
五、 場域規畫公聽會 131
六、 社區工作坊 157
七、 社區共識營 211

圖目錄

圖 61、傳統市場通路與直售所商業模式的差異示意圖 41
圖 62、日本農業協會(JA)直售所分工模式示意圖 42
圖 63、日本農業協會(JA)直售所作業流程示意圖 43
圖 64、基隆長潭里望海巷海灣在地聲音蒐集之規劃架構 48

表目錄

表 24、海洋遊憩活動水體分類要求建議表 8

附錄一、海洋遊憩活動產業

1. 望海巷海灣親水環境說明

潮境公園基地東臨之望海巷海灣，擁有臺灣北部美麗山海景觀，環境優美，除特殊海岸地質景觀和豐富之潮間帶生態外，海底下更有完整珊瑚礁群聚集生長，生態多樣性豐富，更被潛水愛好者稱為海底祕密花園。海科館與當地漁民自民國 97 年起於望海巷海灣內開始著手進行軟絲復育之工作，成果顯著。同時，將藉著各項展覽、教育、蒐藏和研究活動，呈現與詮釋有關海洋科學與科技的發展及應用、臺灣海洋文化的形成、海洋生態的演化及人類與海洋的關係。同時將結合週邊區域(碧砂觀光漁港、八斗子漁港、漁村、濱海公園、海灣等)基隆與八斗子地區在地自然與人文特色，形成一處以「海洋」為主題的教育與休憩觀光廊帶，成為一個具有獨特風格的「海洋教育與觀光休閒園區」。

基隆市政府與海科館因有鑑於海洋生態資源不斷枯竭，及擁有管轄權之地方政府有效積極管理海域，故持續辦理海科館周邊海域水質及生態之調查與監測外，更積極投入研究與教育人力物力，進行海洋復育之工作，希冀能將緊臨海科館基地之望海巷海灣擬劃設為海洋教育示範區，以提供海洋生物棲息環境及生育地，增加海洋生物多樣性，使其海洋生態和復育資源更加豐富，長期亦希望將復育成果外溢於周邊海域之漁產資源，達到海洋保育之永續發展目標。

長期劃設為海洋保護區之想法與國際永續海洋生態之潮流趨勢相符，且經潛水調查確認望海巷海灣擁有豐富海洋生態資源，除多變海底地形，並擁有豐富之珊瑚礁群體、珊瑚、海扇、多彩的岩礁或珊瑚礁魚類等海洋生物，以及多樣的潮間帶生物，更有海蛞蝓的熱點，與大量蔚為奇觀附著於桂竹和海扇之軟絲卵串、及聚魚效果良好之「人工魚礁區」等。望海巷海灣成立海洋保護區後，就海洋資源豐富海域加以保護，並予以合理之管理與適度之管制，持續進行海洋生態復育、水中監測和學術研究等工作，使海洋資源數量和物種可更加豐富，甚至使海洋生物資源可外溢於望海巷海灣之外海域。同時允許在適當管理及管制，並且不破壞生物多樣性之前提下，於部份海域進行少量的生態遊憩活動，包含：水下的各種潛水活動、以風為動能的風浪板與帆船、人力划槳的獨木舟，以及海上海岸地形、地質與潮間帶生態導覽活動等。

2. 產業活動型態評估

以下將對潛水、風浪板、獨木舟、橡皮艇及水上腳踏車等，分析各項活動之分類、活動技術、安全特性，與發展之客觀條件包含場地條件、水文條件與設施等客觀條件：

1. 潛水

望海巷海灣於 2016 年成立望海巷潮境保育區及 2017 年八斗子車站的復駛，加上潮境公園週邊潮藝術等活動之加值，旅客及親海人數急遽增加，近兩年之潛水人數皆達 2~3 萬人次，除吸引潛水人潮外，亦帶動外地業者於當地成立潛水租賃店(潮境天空)，為與地方共融共存，老闆林佑平教練去年培植了當地年輕人-簡晨宇管理潛水店並成為潛水教練，同年也奪得「潮生態-海底影像紀錄片」首獎【潮境的變與不變-漁村轉型現在進行式】，顯示潛水產業正帶動當地漁村轉型與跨越不同族群間之鴻溝。

(1). 活動方式：潛水活動為利用一些裝備讓活動者能有效率在水面或水中進行活動，活動目的多為欣賞水中之生態景觀為主。由岸邊入水稱為「岸潛」，搭乘水上載具到活動地點下水的稱為「船潛」。潛水活動可分「浮潛」、「繫管潛水」、「海底漫步」與「水肺潛水」。

A. 浮游：為在利用自然的空氣呼吸在水面活動，或以憋氣潛入水中的活動。

B. 繫管潛水：利用連接水面的氣管供給潛水活動者所需的空氣，在水中游動觀賞水下景觀。

C. 海底漫步：活動者戴一頭盔，頭盔連接一氣管至水面，空氣由水面經氣管送給活動者呼吸，活動者在水底漫步觀賞水下景觀。

D. 水肺潛水：活動為潛水者攜帶呼吸的空氣氣瓶在水中悠游，氣瓶的空氣限制潛水的時間。

(2). 活動技術：嘗試浮游、繫管潛水與海底漫步活動之前，並無技術上之要求。「水肺潛水」者須受過正規訓練取得證照後，才可不在教練的督導下活動。

(3). 安全：潛水活動區域為高壓的水中，不慎可能導致各種潛水病症的發生。海流可能將潛水者沖走，淺礁區浪太大會傷及活動者，海洋危險生物也是潛在危險因子之一。活動者應考量自己健康狀況及體力。下水前應了解潛

水區域情況，明瞭活動時間限制、深度限制及環境保育觀念與規定。潛水時使用潛水旗幟。水肺潛水者需攜帶標位浮標。

(4). 活動場地：潛水活動的場地多為岩礁底質海洋環境;「浮潛」活動深度約在10m 內。「繫管潛水」活動深度約在 10m 內。「海底漫步」活動深度約在3~5m 內。「水肺潛水」一般在 30 公尺深度內活動。不得攜帶魚槍射魚及採捕海域生物。潛水活動應具條件：能見度 3 公尺以上為佳，水底景觀多變魚類珊瑚豐富，波浪在小浪之內。水流狀況為活動者可控制的狀況，水溫 21℃以上。

(5). 設施：岸潛於淺水珊瑚豐富區，設置出入水步道或位置路線，以免踏踩珊瑚破壞生態。淋浴設施、停車場、告示牌，船潛則由港口碼頭進出。繫管潛水與海底漫步，需要水面支援的船隻承載供給水下活動者所需要的空氣輸送裝置。

2. 帆船

(1). 活動方式：帆船活動的場地條件要依帆船的種類，要求也不同，水域愈廣大當然愈佳的，而帆船的種類較為複雜，如風浪板也是帆船的一種，有幾項風浪板是需要風速達某個級數或浪高要求,以及適當的風才能進行活動,這些特殊的條件在分類中另作論述。帆船大致上分為兩大類：「競賽類」(Racing)及「休閒類」(Pleasure);前者要求的是速度，後者講求的是「安全」及「舒適性」。臺灣常見的帆船則有：單人操作速度較快的雷射型帆船(Laser)、適合 8-15 歲青少年操作的樂觀型帆船(optimist)、雙船身的霍比式帆船(Hobbiecat)、霍德日間式帆船(HolderDaysailer)、及適合長途巡航(cruising)、休閒的重型帆船(Keelboat)等、另外操作多變化的風浪板(sailboard)也算是帆船的一種。風浪板與帆船最大的差異在於它的操作方式。帆船是坐著的，一手操作舵桿，另一隻手透過操帆繩控制帆面與風之間的角度來捕捉風的動力，而且桅桿一定是垂直固定於船身上的。風浪板的操作者為站在一狹長的板子上，用手抓一可以任意變換方向的帆。因此操作者必須要有靈巧的身手，才能一方面保持身體的平衡，一方面讓船身往期望的方向前進。

(2). 重型帆船：重型帆船(另可稱為多人操作帆船、壓艙龍骨帆船、巡航帆船等)，其形狀長度都不一樣，可依休閒或競賽來設計及規劃，內部除操控索具外，多了一些如小廚房、小廁所、艙鋪等空間。

(3). 輕型帆船(國內較常見)：輕型帆船為 1 人或 2 人就可駕馭的帆船，構造簡單，以白天為活動的時間。

(4). 樂觀型帆船(Optimist)：單一船型設計，船全長 2.3 公尺航員數 1 人，適合年齡為 8-15 歲，為國際比賽的標準船隻之一種。

(5). 雷射型帆船(IntemationalLaser)：單一船型設計，船全長 4.23 公尺航員數 1 人，適合青少年至成年人航員，有幾種主帆的帆面積規格，4.70 平方公尺適合體重 35-55 公斤;5.76 平方公尺適合體重 55-70 公斤，7.06 平方公尺適合體重 60 公斤以上者，為國際比賽的標準船隻之一種。

(6). 霍比式帆船(HobbieCat)：霍比式帆船較為特殊，為雙船身帆船故底面積大，重量輕，水阻小具速度感，操作容易，船長 14 呎、16 呎、19 呎、21 呎等幾種不同規格，可一人或多人搭乘，較大型者可達 10 人。此型船隻設計多以休閒為導向，在國外也有比賽，但國內到目前尚無此類型船隻的比賽。

3. 風浪板：目前國內或國際上最多人從事的帆船活動為風浪板。風浪板可分為『長板』及『短板』。長度為最主要因素之一外，中央板的設計也是主要的差異點，有中央板裝置的風浪板稱為『長板』，沒有中央板的叫『短板』。中央板的功能在於能夠讓船隻逆風或稱為頂風航行時的角度更小，使船身的穩定性更高且不容易產生側滑;如沒有中央板的讓船隻的轉向靈活，且適合作花式的動作，故短板。一般這兩型風浪板的行駛條件不同，故不會在同一條件下一起比賽。『長板』可分成標準型及開放型(RaceBo)，標準型是指奧運所指定採用的船型，而開放型則不限定帆型及船板類別。賽程規劃以繞標賽為主(coeRacing)。而『短板』賽程一般分競速賽(Speed-Dash)、繞圈賽(Slalom)、及花式(Freestyle)三種，但國內則以繞圈賽(Slalom)為主，一樣不限帆型及船板類別，而且比賽期間可以換帆。近幾年來，國內在風浪板技巧進步快速，玩花式的人口越來越多，也就是說天氣不佳的強風大浪，是技高者最佳活動海況。

(1). 活動技術：帆船活動學習較風浪板簡單，帆船是坐著一手操作舵桿，另一隻手透過操帆繩控制帆面與風之間的角度來捕捉風的動力，而且桅桿一定是垂直固定於船身上的。風浪板的操作者必須站在一塊狹長的板子上，用手抓著一副可以往任意方向折的帆。因此操作者必須要有靈巧的身手，才能一方面保持身體的平衡，一方面又能讓船身往你期望的方向前進。學習風浪板的技術難度頗高，相對的所帶來的成就感與刺激感也更高，因為它既快速又靈活，並且能訓練身心，隨時保持在高度專注的狀態。在合格的

教練指導下，只要年紀十五歲以上，學個四五天就可以體驗御風而行的快感了。

(2). 安全：活動前一日的準備，事先瞭解天氣，睡眠要充足、遠離酒精類。出航前觀察當日海況與對狀況的瞭解，包含海象、海況、體力與後備支援的情形、航程的規劃包含時間、航線、報備、瞭望，檢查船艇、結伴出航、接受教練的指導、救生艇的設備等。航行時觀察天氣、體力、海象等各種狀況變化，有變化立即回航、不要做出無把握或超出體能及技術範圍。返航後回報基地、檢討本航次的缺失、檢查保養船艇等。

(3). 活動場地的條件：水域和風是必要的條件，可進行活動的水域則包括海洋、海灣、河口、河川、水庫、湖泊和池潭等地，帆船的種類很多，性能也不相同，活動所特別要求的可航行、停泊...等條件也不同，以下為各種不同類型帆船的活動場地的條件：

A. 重型帆船：可隔夜長程或越洋航行，重型帆船吃水深依不同的噸位與設計而不同，必須有足夠的航行與停泊的深度。

B. 輕型帆船：樂觀型帆船(Optmst)，適合在內陸水域或內海行駛;雷射型帆船，適合在內陸水域與內海行駛;霍比式帆船(HobbieCat)與其他輕型帆船，適合沿海行駛;風浪板，適合在內陸水域與近岸海域行駛;短板，在風速在 3 級以上才能行駛。

(4). 設施：帆船所需設施包括有停船設施如船塢、船庫停泊水域、船隻入水與離水準坡道、吊船出水入水設施、維修服務等等，依帆船的各種分類與規模，其所要求也不盡相同。依我國發展的規模所要求的設施：重型帆船長久停泊設施需有足夠深度，可承受颱風的港;重型帆船臨時停泊需設有停泊樁;輕型帆船與風浪板需有帆船下水與離水之坡道;帆船比賽時需駕船繞過海面上排列成等邊三角形的三個浮標，每個邊長是一個長度二到二點五海浬的航道以及停車場、組船準備區。

4. 橡皮艇：橡皮艇基本上與泛舟用的充氣橡皮艇是同類型，用槳划動的橡皮艇機動性不大，有些型式可裝船外機的橡皮艇一旦裝上船外機其機動性大增，其速度與船外機的螺旋槳，將造成親水性水域遊憩活動者安全上的威脅，而本來為相容性的就變成相斥。

3. 海洋遊憩活動與理想自然環境條件要求之建議

海洋遊憩活動與活動水體之相關自然環境條件要求有所關連，其分析如表：

表 1、海洋遊憩活動水體分類要求建議表

水體條件 / 海洋遊憩活動項目		波浪	流速(秒)	水溫	底質	海洋生態	海岸	透明度	風級
游泳		小浪 0.5m 之內 1m 以上危險	< 0.3m，20- 3Ocm 時應注意	24+	砂粒徑< 2mm，斜坡 1/10	危險生物如水母等少為佳	沙灘	> 3m	> 2 級
衝浪		中·大浪	< 1.5m	24+	礁岩砂底	同上	沙灘	>1m	5 級
浮潛		同游泳	< 0.5m	24+	礁岩	多樣生物相	礁岩	> 3m	> 2 級
水肺潛水		同上	< 0.5m	24+	礁岩	同上	礁岩	> 3m	> 2 級
風浪板	一般型	依能力	< 0.5m	20+					5 級
	短板型	中-大浪	依能力	20+					
帆船	重帆	中-大浪							6 級
	輕帆	中浪	< 1.0m	20+					
滑水		小浪	< 0.5m	24+	平坦				> 2 級
香蕉船		小浪	< 0.5m	20+					> 2 級
拖曳浮胎		小浪	< 0.5m	20+					> 2 級
拖曳傘		小浪	< 0.5m	20+	沙灘岸		沙灘		> 2 級
水上技摩托車	術型	小浪	< 0.5m	20+			沙灘		> 3 級
	騎座型	小浪	< 0.5m	20+			沙灘		> 4 級
水上腳踏車		小浪	< 0.5m	20+			沙灘		> 2 級
獨木舟	海洋一般型	小浪	< 0.5m	24+			自然環境		> 3 級
	特技獨木舟	小浪	< 0.5m	20+					> 2 級
橡皮艇		小浪	< 0.5m	20+			沙灘		

空白:表無特別要求

資料來源:

72 年臺灣地區觀光遊憩系統之研究。

93 年澎管處海域遊憩活動區域管理規劃

The Architectural Press Ltd。

Guideline for Understanding and Determining。

本計畫與前海科館專員共同評估研究。

4. 海洋教育與遊憩活動營收及成本預估

建議初期合適於望海巷海灣發展之海洋教育與遊憩活動，參考國內及周邊業者之經營狀況，潛水活動（浮潛）、獨木舟、風浪板、輕型帆船所需之總體成本約 488.8 萬~833.2 萬元，預估總營收約 640 萬~740 萬元，各項活動所需之成本及營收分析如下:

(一)潛水活動(浮潛、船潛)

1. 成本預估:

浮潛活動成本為浮潛裝備 (包含面鏡、呼吸管、礁鞋、蛙鞋、潛水衣、浮力背心等)，其成本約 3700-6300 元/套，浮潛步行即可出入潛水區，潛水活動目前規劃有北邊花園與東邊象鼻潛水區,每區同時潛水人數以不超過 20 人為原則（請參見潛水訓練區與活動區),假設購置 40 套潛水器材總成本約計 14.8 萬~25.2 萬。水肺潛水裝備包含空氣壓縮機約 50 萬~80 萬元，另須租用氣瓶與配重帶等，另則由船家兼營，主要為船家出海油料成本，須視當時油價及出海之里程數而定。另則為教練之人事成本每人每天約 3000 元，浮潛一個教練最多帶 10 人，預估每年人事成本約 40 萬~80 萬元。

2. 營收預估:

浮潛活動收費約 700 元~ 800 元 (半天，含裝備租借) ，水肺潛水因須由船家載送，船家兼營之收費約 6000-7000(兩支氣瓶) ，惟漁船須經特別許可方可搭載遊客。由於水肺潛水門檻較高及相關設備較為專業，故僅先估算浮潛活動營收，假設以 5 個月(5-9 月份)參與浮潛活動每月遊客人數 400 人預估營收估算約 140 萬~160 萬元。

(二)獨木舟

1. 成本預估:

主要為購船成本,惟獨木舟種類很多價格亦不同,若以基本平臺舟計算，單人艇單價約 3 萬元，雙人艇單價約 4 萬元，考量經營規模，建議一個據點至少 10 艘獨木舟，另建議本海灣獨木舟不超過 20 艘為原則（請參見獨木舟、風浪板與輕型帆船訓練區) ，假設購置 10 艘雙人艇和 10 艘單人艇總計成本費用約 70 萬元。另則為教練之人事成本每人每天約 1200-2400 元，每年人事成本約 60 萬~120 萬元 。

2. 營收預估:

每人每 2 小時 800 元，一天活動收費約 2400 元。依據水域活動管理辦法第 23 條規定：獨木舟一個領隊最多帶 20 人或 10 艘船。若以 5 個月 (5-9 月份)，每月遊客人數 400 人預估，每年營收約 160 萬元。

(三)風浪板

1. 成本預估：

主要為購船成本，風浪板單價約 4-5 萬，建議本海灣以不超過 10 艘為原則，全海灣內輕型帆船及風浪板總艇數不超過 50 艘為原則，假設購置 10 艘風浪板其成本計約 50 萬元。另則為教練之人事成本每人每天約 1200-2400 元，每年人事成本約 24 萬~48 萬元。

2. 營收預估:

每人每小時 500-600 元。若以 5 個月 (5-9 月份) 每月遊客人數 400 人預估，每年營收約 100 萬~ 120 萬元。

(四)輕型帆船

1. 成本預估:

主要為購船成本，進口帆船 (含拖車) 單價約 60 萬元，國產帆船 (含拖車) 單價約 35 萬元，每艘船可乘坐約 4 至 6 人，建議本海灣訓練區內之輕型帆船或風浪板總艇數不超過 10 艘為原則，全海灣內輕型帆船或風浪板總艇數不超過 50 艘為原則，假設購置 5 艘輕型帆船其成本計約 175 萬~ 300 萬元。另則為教練之人事成本每人每天約 2，000 ~ 2，500 元，每年人事成本約 40 萬~ 50 萬元，以及救生艇成本約 15 萬~ 90 萬元以上 。

2. 營收預估:

每人每小時 500 元 (若人數未達 3 人每艘仍以 1 ，500 ~ 1 ，600 元/1.5 小時計費) ，或以每艘 6，000 元 (半天，即 3 小時) 收費。若以 5 個月 (5-9 月份) 每月遊客人數 400 人預估，每年營收約 240 萬~ 300 萬元。

惟除上述各單項活動成本和營收外，目前國內經營業者亦透過舉辦活動、教學課程、出租或販售船隻、設備等多元之經營。另外，配合基隆市政府和新北市政府於本海灣周邊進行之相關活動和景觀環境規劃改善等(如:天然海

岸回復、海岸步道等) ，可吸引更多至基隆之參訪人潮，增加賞景、用餐等間接效益。

(五)小結

單以海洋教育與遊憩活動的潛水、帆船與輕艇等項目而言，要投入硬體的基地設施及專業人力等，是較難能有所獲利和具經濟規模，且經營這些活動應以教育為出發點， 而非計算盈虧。在民間機構公司制度的體制下，除較難發揮海洋教育所須具備的元素「熱情 passion」，也亦難達到海洋教育的目的。

如墾丁國家公園管理處的小灣潛水訓練中心，其中心之設施包含商場、1.2 至 10 公尺不同深度的潛水訓練池及室內研習教室，是國內最完整之潛水訓練場所。訓練中心自 85 年 9 月 14 日啟用，目前為委外經營管理。原潛水訓練池的業務由委外民間機構自行經營，因太過專業化，之後有聘用專業人員，雖聘用專業人員 ，但民間機構仍以大公司的管理方式，不久後就因虧損而轉給下包廠商經營，以原委外之民間機構將本求利，下包廠商又經營本來就不易經營部份，其權益受到層層剝削，如發生問題下包廠商無法直接與墾丁國家公園管理處直接溝通，而下包廠商在無利潤情況下，只有求去一途。民間機構經營小灣潛水訓練中心，每 1 至 2 年就換下包廠商，迄今已為第 8 任之下包廠商 。

由前述優、缺點和案例分析，考量海洋保護區劃設係以保育為主要宗旨，且海洋復育須長期投入相關人力、物力、財力等資源，建議初期採公部門營運模式，依據現行法令規範下，由籌備處與海灣管理單位 (基隆市政府、新北市政府) 共同管理，使望海巷海灣海洋資源更加豐富，打響望海巷海灣知名度，公部門可協調海巡署和岸巡單位積極管理海岸(如:取締非法漁撈等)。

後續在主管單位所訂定水域遊憩活動之相關規範下，鼓勵現有業者或專業民間團體，在本海灣內從事潛水、風帆、輕艇等非動力式水域活動，若為繁榮地方經濟和顧及漁民生計考量，輔導當地漁民轉型經營海上導覽和船潛等活動。

附錄二、建立智慧化場域之開放資訊平臺

一、設計概念之發想

為求能夠具體有效的導入「智慧觀光」之可行應用框架，本計畫將以「智慧化系統技術框架」作為技術規劃與設計之基礎，進行本計畫核心區域之「智慧觀光」相關應用科技之導入，關於此「智慧化系統技術框架」主要包括前端用戶的「智能手機」、後端系統的「雲端數位服務平台」、以及連結前端用戶與後端系統之「高速數位化網路」等三個部分。

關於前端用戶「智能手機」部分，可用於安裝各類智慧化 APP，作為和使用者互動的介面；至於後端系統的「雲端數位服務平台」部分，主要是透過用戶於平台註冊之會員帳號，藉由「高速數位化網路」與「智能手機」的連線，提供智慧化 APP 之相關智慧化服務應用。以下圖為例，「雲端數位服務平台」的部分可以系統官網方式呈現，用戶可於此系統官網註冊個人會員帳號，然後再於個人智能手機安裝相關智慧化應用之 APP，或使用已安裝使用之 APP (例如 LINE、FB)，接著再透過個人註冊之會員帳號登入系統，並開始使用安裝於智能手機上之智慧化 APP 執行相關應用功能與智慧化服務。

圖 4 本計畫「智慧化系統技術框架」概念示意圖

以上圖為例，若目標使用者已有 LINE、FB 之個人帳號，便可使用 LINE、FB 之個人帳號於本計畫建置之「雲端數位服務平台」上註冊，然後再於個人智能手機上啟用 LINE 或 FB 所支援之相關智慧化應用功能，便能開始使用本計畫建置之「雲端數位服務平台」提供之各項整合性智慧化服務。綜合來說，本計畫導入之「智慧化系統技術框架」，不僅允許整合應用 LINE、FB 等在臺灣地區高滲透率之智能手機 APP，亦可允許自行開發定功能之客製化 APP，以利達到所謂的智慧化應用之目的。換言之，本計畫導入之「智慧化系統技術框架」，不僅可以提供良好的系統擴展性，可依實際應用整合相關 APP 或開發客製化 APP，

以便滿足使用者之多元應用需求；而且也能提供穩定可靠之系統技術框架，可彈性導入實用之應用科技項目，以使本計畫開發之智慧化系統能夠與時俱進。

為使本計畫導入之「智慧化系統技術框架」，能夠適用於未來的實際應用情境，且能夠進行後續商業營運模式之可行性驗證，本計畫將於此「智慧化系統技術框架」上，進一步導入 LINE Bot AI 聊天機器人、GraphDB 專家知識圖譜、APP 智能定位推播技術等三項核心應用科技項目，以作為驗證未來應用於本計畫實際應用情境與商業營運模式之標的。以下茲就本計畫擬導入之「智慧化系統技術框架」與其核心應用科技項目，分別說明如下：

三、技術框架之導入

本計畫經由次級資料分析和盤點核心區域產業現況，提出之本計畫核心區域產業發展藍圖，並進一步規劃導入「智慧化系統技術框架」，其具體之整合應用概念示意，如下圖所示：

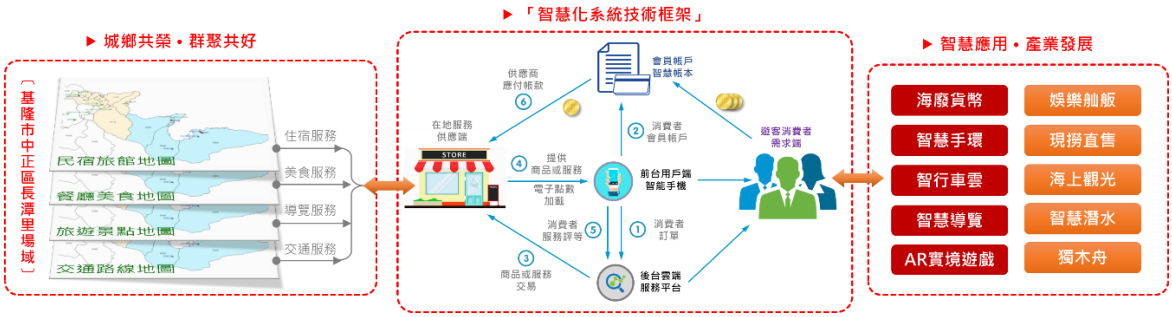


圖 5 本計畫「智慧化系統技術框架」整合應用概念示意圖

上圖中間部分是本計畫擬規劃導入之「智慧化系統技術框架」，用於連結服務供應鏈之供需兩端，供應端指的是本計畫核心區域與鄰近區域之產業，需求端指的是來到本計畫核心區域與鄰近區域消費之旅遊來客。上圖左邊部分是經本計畫盤點可加以整合並提供智慧化服務之在地產業類別；上圖右邊部分是本計畫擬規劃導入智慧化應用的營業項目，主要用於吸引和帶動外來旅遊來客前來消費。本計畫導入之「智慧化系統技術框架」，採用服務供應鏈之供需管理技術，可將上圖右邊部分連結需求端之各項營業項目，透過 O2O 虛實融合之營運模式，動態連結至上圖左邊部分連結供應端之各類在地產業智慧化服務。如此不僅可以精準有效的掌握多元市場的終端客戶，而且可以快速反應市場的多變需求。

本計畫擬導入之智慧化系統技術框架，包括「前端用戶端智能手機」、「後端雲端數位服務平台」、「高速數位化網路」共三個部分。關於這三個部分之技術內容，茲分別說明如下：

(一) 前端用戶端智能手機

關於本計畫智慧化系統技術框架所指的「前端用戶端智能手機」，是一種可撥打行動電話的多功能行動裝置，可瀏覽網頁和播放多媒體檔案，也可通過安裝 APP 應用軟體、遊戲等程式來擴充應用功能。本計畫之智慧化系統技術框架所指的「前端用戶端智能手機」，其內建功能除了基本的通話、簡訊、照相以及瀏覽器之外，還要能夠透過安裝 APP 應用軟體來加強和擴充智慧化應用之功能，而且不論是 Apple iOS 或 Google Android 之智能手機，都能夠透過安裝 APP 應用軟體來執行相同的智慧化應用功能。

(二) 後端雲端數位服務平台

關於本計畫規劃建置之雲端數位服務平台部分，包括 IaaS、PaaS、SaaS 三個整合性層次架構，IaaS 層次為「雲端基礎架構」、PaaS 層次為「平台服務架構」、SaaS 層次為「軟體服務架構」。如下圖所示，「雲端基礎架構(IaaS)」包括實體機房、防火牆/資安設備、伺服主機/儲存實體等硬體項目；「平台服務架構(PaaS)」包括作業系統環境、資料庫與應用程式開發環境等系統軟體項目；「軟體服務架構(SaaS)」則是在 IaaS+PaaS 架構上開發建置的雲端應用程式(功能模組)，可以最少的成本快速啟動並使用選定之雲端應用程式。本計畫規劃建置之雲端數位服務平台，採用上述三個整合性層次架構設計，以利在 IaaS+PaaS 的穩定、安全與彈性基礎上，逐步開發建置 SaaS 功能模組。關於本計畫規劃建置之雲端數位服務平台設計架構概念，如下圖所示：

圖 6 本計畫「後端雲端數位服務平台」設計架構概念示意圖

(三) 高速數位化網路

根據臺灣網路資訊中心的「臺灣寬頻網路使用調查」報告，臺灣上網人口約有 1,753 萬，上網率是 75%，顯示寬頻網路已經是一般民眾的主要上網方式。而所謂的寬頻網路，指的是一種「高速數位化網路」，具有高速、低時延、大量連結之應用特性，是智慧化應用之重要關鍵基礎設施。臺灣目前「高速數位化網路」的覆蓋頻寬主要以 4G 為主，預計 2020 年開始佈建 5G 基礎設施，電信業者紛紛搶進 5G 智慧化應用之商機，例如中華電信透過承接政府智慧城鄉計畫，跨足智慧停車、智慧交通、智慧健康、智慧農業、智慧環境、智慧觀光、智慧零售等領域，結合 5G 協助地方政府進行智慧城鄉的規畫和建設。本計畫之智慧化系統技術框架所指的「高速數位化網路」，主要為智能手機使用的 4G 或 5G 寬頻網路。

四、本計畫應用之科技項目

(一) LINE Bot AI 聊天機器人

關於 LINE Bot AI 聊天機器人的導入應用，本計畫擬開發能串接開放資訊平台數據之人工智能聊天機器人，透過與 LINE 平台整合的方式，佈署於本計畫開發之雲端數位服務平台上，並以會員訂閱的方式提供給遊客用戶使用。關於本計畫建議開發之人工智能聊天機器人與 LINE 平台整合應用之概念說明，如下圖所示：

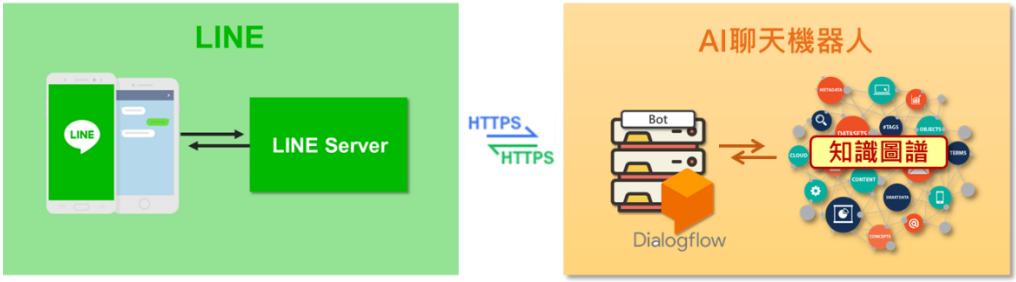


圖7　AI 聊天機器人與 LINE 整合應用示意圖

如上圖所示，左邊是 LINE 平台之工作環境，包括 LINE App 與 LINE Server 二個部分；右邊是聊天機器人之工作環境，包括 Bot 與知識圖譜二個部分，這二個工作環境之間的訊息傳送都將 經由 HTTPS 加密通道傳送。例如使用者在 LINE APP 對話框打了一些訊息按下送出後，訊息便會透過 LINE Server 發送到聊天機器人。待聊天機器人收到訊息之後，便會自動進行處理並回覆狀態和結果給 LINE Server，然後 LINE Server 再將回覆之結果送到使用者的 LINE APP 上，最後使用者就會在 LINE APP 的對話框中看到回覆的訊息內容。

具體來說，聊天機器人與 LINE 平台的互動方式，是使用者在 LINE APP 對話框輸入一段訊息文字後，LINE Server 會透過加密通道，將訊息文字、訊息類型、識別 ID、附加資訊、時間戳記等資料，傳送給聊天機器人進行後續處理。當 聊天機器人收到訊息後，會先將此事件物件儲存到佇列等候處理，同時回覆給 LINE Server 收訊的結果狀態；然後再依序讀取並處理佇列中待處理的事件物件，依事件物件之處理需求逐一向專家知識資料庫(GraphDB)送出事件處理請求並等候回覆，接著再將回覆結果透過加密通道傳送給 LINE Server，然後 LINE Server 再將此回覆結果送到使用者的 LINE APP，最後使用者就會在 LINE APP 的對話框中看到回覆訊息。

上圖 LINE 平台環境中之 LINE App 與 LINE Serve，主要是由 LINE 所提供；而聊天機器人之工作環境中之 Bot 與知識圖譜，則是由本計畫開發建置。其中的聊天機器人是一套串接 Google Dialogflow 與 LINE Messaging API 之程式處理系統，負責處理與 Google Dialogflow 及 LINE Server 往來的加密訊息與彼此互動的應用系統；而知識圖譜則是一套專家知識資料庫，此專家知識資料庫內含之知識圖譜可用於建置一套以檢索技術為基礎的「主動推薦型」聊天機器人，使該聊天機器人能夠透過模擬自然的人際聊天方式，回答遊客用戶以自然語言形式提出之各式問題。

(二) GraphDB 專家知識圖譜

關於 GraphDB 專家知識圖譜的導入應用，本計畫擬將本計畫核心地區與鄰近地區之交通、景點、餐飲、活動、旅宿以及環境資訊資料，以建構知識圖譜的方式整合相關資訊，並在此知識圖譜基礎上，發展完整雲端專家知識平台。知識圖譜技術是採用最近十年全新發展出來的 GraphDB 技術，可用於解決現有「關聯式資料庫(Relational Database)」的應用侷限。GraphDB 又稱圖模型資料庫，可讓智慧化智能系統，透過建構知識圖譜的方式，構建複雜關聯資料模型，此資料模型可以圖模型方式，明確展現資料節點之間的依賴關係，因此可直覺快速的檢索難以在關聯式資料庫中建模的複雜資料階層。「圖模型資料庫」之「語義資料建模」技術，可以建置類似人工智能的智慧化知識圖譜，並透過智能手機之智慧代理人介面，提供類似專家系統提供的智慧化知識訊息。關於圖模型資料庫與關聯式資料庫的資料連結方式差異，如下圖所示：

(關聯式資料庫的資料連結方式)	(圖模型資料庫的資料連結方式)

圖 8 圖模型資料庫與關聯式資料庫的資料連結方式差異

本計畫可考慮開發建置「望海巷」聊天機器人，讓遊客或消費者以加入 LINE 好友的方式(不須再額外安裝 APP)，透過智慧代理人介面之聊天機器人，使用本計畫建置之所有智慧化功能。遊客或消費者就好像有一個 24 小時全年無休的智慧客服或數位化助理，隨時可以回應遊客或消費者關於「望海巷」之景點、活動、商家等各種服務需求。關於建議本計畫開發建置之「望海巷」聊天機器人設計概念，如下圖所示：

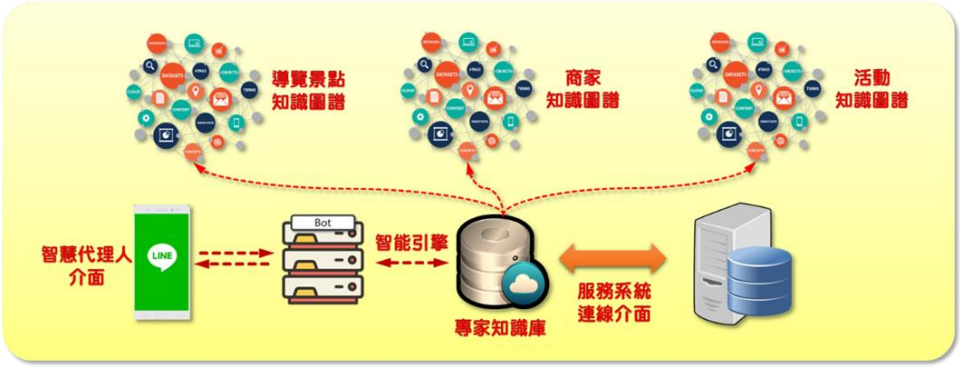


圖 9 整合 LINE、AI 聊天機器人與 Graph DB 之應用示意圖

(三) APP 智能定位推播技術

隨著資通訊技術的迅速發展，智慧手機已成為一般大眾人手一機的必需品，其大多內建有加速計、陀螺儀、衛星定位、近距偵測器、環境光偵測計、磁場強度計等感測器。因此做為行動裝置的智慧手機便成為開啟智慧旅遊的關鍵，透過結合智能手機與雲端服務平台之綜合性 IOT 技術的應用，可發展出各種具有創新性之智能應用服務。相較於以往遊客前往景點時，需要進一步透過手機 APP 查詢該地區各項資訊包括特色景點、商店與交通資訊等；場域之於遊客來說是被動提供資訊的，而近幾年推播技術的成熟能使遊客進入場域或景點時，在還沒有打開 APP 前，就可以收到 APP 強制推送到裝置上的主動式通知服務。推播服務包括「本地推播」及「遠端推播」二種應用技術，本地推播和時間或位置有關，需要事先設定並直接由智能手機端觸發，比方每天下午六點提醒下班時間的推播，或是靠近特定商圈或商店出現的廣告推播。而遠端推播則必須要透過特定雲

端網路伺服器，才能將特定推播訊息傳送到智能手機中。推播技術應用於旅遊的常見例子便是智慧旅遊導覽服務，可透過遊客智慧手機的感測器偵測其所在位置，將其所在位置之景點資訊即時推播到遊客手機上。而遊客到特定景點或特色商圈旅遊，只要下載 APP、打開手機感測器並開啟 WiFi 或藍芽功能，就能直接收到旅遊景點或在地店家推播的特定訊息，以吸引遊客到訪景點或來店消費，並幫助旅客更認識在地特色。

關於 APP 智能定位推播技術的導入應用，必須同時使用高速數位化網路並結合定位技術才能夠做到。其中高速數位化網路部分，指的是如4G 或甚至是5G 無線網路的區域覆蓋範圍，也就是說本計畫智慧化場域必須要有可靠的無線高速網路覆蓋，使用戶的智能手機能與雲端平台穩定連線。而關於定位技術部分，涉及了室外定位與室內定位的技術，其中包括了 GPS、Beacon 及 WiFi 等定位技術，整合此三類定位技術可同時解決室外定位與室內定位的技術問題。透過智能手機上和無線高速網路的配合，可定位用戶位置並連結雲端平台以主動提供用戶可能所需的資訊服務。關於本計畫擬整合之推播技術，茲分別說明如下：

1. Beacon 技術

Beacon 是一種低功率藍牙微定位技術，任何採用藍牙微定位訊號發射裝置皆能稱為 Beacon，Beacon 就像是一個不停地在廣播訊號的燈塔，當手機進入到燈塔照射的範圍內，Beacon 裝置就會發送一串代碼給手機，手機偵測到代碼後便會觸發一連串的動作，可以是從雲端資料庫下載資訊，也可以是開啟其他 App 或連動裝置。因為 Beacon 廣播定位必須要通過其放置點才可以進行定位，此定位方式比較適合在室內使用，並不適合在室外使用。關於 Beacon 技術之應用概念，如下圖所示：

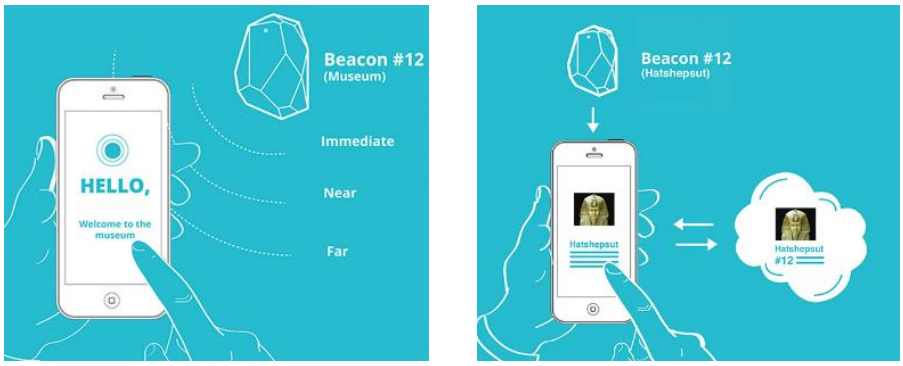


圖 10 Beacon 使用情境示意圖

與用戶必須手動使用智能手機瀏覽或查詢網頁資訊不同之處，在於使用 Beacon 技術之智能手機，可讓用戶進入同樣使用 Beacon 技術之物理空間時，該

物理空間之資訊系統可主動為用戶提供即時有效的資訊服務，用戶可不需手動進行瀏覽或查詢。換言之，應用 Beacon 技術可以創造出全新的用戶體驗，Beacon 可確認用戶已經到達特定位置附近，並透過偵測用戶接近狀況推測可能需求，進而提供符合其需求之的即時資訊服務。

〔應用情境〕

遊客只要下載 APP 並打開智能手機藍芽功能，進入設置有 Beacon 設定點之餐廳、咖啡館或式特色商店，即可自動收到相關店鋪介紹、促銷活動或是各店專屬文青設計相框或優惠訊息，吸引旅客入店消費。遊客進入伴手禮店消費時，走到不同產品區域時，便能夠收到不同的推播訊息，訊息中可以用文字或影音方式介紹商品資訊，並利用資訊蒐集與分析，提供遊客下一個可能感興趣的商品。

2. WiFi 定位技術

WiFi 定位技術靠的是偵測所在位置附近周圍所有的無線網路基地台，並獲取這些無線網路基地台廣播出來的 MAC 地址，然後將獲取到的 MAC 地址發送到「位置伺服器」(目前由 Google 提供)進行比對，以取得這些無線網路基地台 MAC 地址對應的經緯度座標，然後結合每個信號的強弱程度，交叉計算出所在地理位置。此定位方法適合於室內或室外使用，前提是必須要有網路連線才能完成定位。

〔應用情境〕

該技術適用於遊客行走在介於室內及室外的半開放空間，如商店街、碼頭、接駁港口、或是轉運站等，遊客可收到交通轉乘或是娛樂活動之相關時間資訊，WiFi 定位可在一定程度上補足 Beacon、GPS 應用的不足，使遊客在旅遊過程中資訊接收上更為方便順暢。

3. GPS 定位技術

GPS 全球定位系統，是由美國於1994建置並開放給全世界使用，靠的是接收環繞地球數顆 GPS 衛星發送的訊號，以交叉定位出所在地方，定位誤差大約在15米之內。目前一般智能手機都有內建 GPS 接收器，可免費使用此項定位功能。透過 GPS 定位技術的應用已經相當普遍，但無法將應用延伸至室內。這主要是因為室內定位易受到建築物的干擾，普遍應用的 GPS 定位便無法有效執行，這也導致我們必須仰賴其他定位感測技術來解決室內定位問題。

〔應用情境〕

該技術適用於遊客行走在介於室內及室外的半開放空間，如商店街、碼頭、接駁港口、或是轉運站等，遊客可收到交通轉乘或是娛樂活動之相關時間資訊，WiFi 定位可在一定程度上補足 Beacon、GPS 應用的不足，使遊客在旅遊過程中資訊接收上更為方便順暢。

應用情境一：結合會員經濟與訂閱經濟之商業模式

相關研究指出，引領會員經濟成功的重點策略，主要有「會員中心」、「會員分級」、「運用點數」、「科技工具」、「品牌生態」、「異業結盟」等六項策略。「會員中心」策略指的是，透過數據分析瞭解會員特性，並精準提供所需要的產品或服務；「會員分級」策略指的是，針對不同會員的需求，做更細緻的分群與分眾。「運用點數」策略指的是，透過累積點數提供折扣的方式，提高會員對品牌的黏著度；「善用科技」策略指的是，善巧利用社群平台、行動支付等科技，使其成為黏住會員的好工具；「品牌生態」策略指的是，發展自己的品牌生態系，讓會員能在自己的品牌事業裡持續消費；「異業結盟」策略指的是，透過跨領域合作補足自身弱項，並將各自優勢發揮到極致，產生多角化的生態圈。

本計畫擬開發建置的「AI 聊天機器人」整合了 LINE APP，能讓用戶利用智能手機，透過 LINE 註冊帳號使用 AI 聊天機器人」提供之相關服務功能。本計畫擬採用「數位平台訂閱帳號」之會員經濟商業模式，利用整合了 LINE APP 之 AI 聊天機器人，以多層次會員分類與分級的方式，鎖定本計畫的目標受眾，滿足其智慧旅遊之多元需求。

■ **平台經濟商業模式**

傳統商業模式是線性流動的，生產者、供應者與消費者的角色定位與互動方式明確，隨著智慧行動裝置的普及和網際網路的快速發展，數位化商業平台讓生產與消費者連結成一個有機網絡，價值的產生不再是直線，而是多元且多方向的，且這些互動與價 值的產生會被一個中央的數位化系統所蒐集，這就是平台。平台是一種數位經濟時代的創新商業模式，它掌握了一個互動互聯的網絡，讓不同的人，從生產者到消費者，都可以在平台上面互動。平台經濟的型態可依據買賣雙方的身份，大致分為 C2C、B2C、 B2B、B2B2C 等四大類。這四大類平台經濟各有適合的產業與搭 配的商業模式。基本來說，C2C 指的是平台上的買賣雙方都是消費者，獲利模式來自於交易手續費或向賣家收取之廣告費用；B2C 指的是平台上的供給方是企業需求方是消費者，獲利模式來自於商品價差或產品上架費用；B2B 指的是平台上的買賣雙方都是企業，獲利模式主要來自會費與廣告費；B2B2C 指的是平台上由特定企業進駐，販售不同品牌的商品給消費者，獲利模式來自於收 取固定店租或營業額抽成。

以上所說的是平台經濟的交易型態，而關於平台經濟的成功營運模式可歸納出 O2O 營運模式、共享經濟營運模式、社群網站營運模式等三大趨勢。關於

O2O 營運模式，整合了特定區域或服 務的線下商品，讓線下店家不需自己負擔昂貴的系統建置與維護 成本，也不必處理不熟練的線上交易，就能輕易實現線上銷售。 而也因為有個集散地，消費者在平台上能簡單的搜尋、比較與完 成購買。Booking、Trivago 與 Agoda 等訂房網站，就是典型的 O2O 平台營運模式。共享經濟營運模式，匯集了個人的閒置產能或資 源，並將這些閒置產能或資源閒置資源，透過平台發揮其再利用 的價值。使這些原本可能隨著時間消逝而浪費掉的閒置產能或資 源，成為了消費者可隨時打開、隨時購買的可用資源。Airbnb 與 Uber 等租賃網站，就是典型的共享經濟平台營運模式。社群網站 營運模式，例如 Facebook、LINE 等擁有大流量的社群網站，主要 採取 B2B2C 模式之營運策略，讓品牌商家或個人都能在社群網站 上透過微型商店的方式營運。社群網站並不提供商品撮合或比較功能，而是讓消費者可以在社群網站上主動搜索或追蹤商家，而 商家為了增加流量，就必須花錢在這些平台上打廣告或買服務， 因此增加社群網站的廣告收入。

本計畫建議可開發建置聊天機器人，透過雲端服務平台整合 LINE Server，能讓客戶利用智能手機，透過 LINE APP 註冊帳號， 使用聊天機器人所提供之相關服務功能。此外，為使聊天機器人 能提供穩定可靠之服務功能，可同時建置 IaaS、PaaS 與 SaaS 三層次架構之整合式雲端服務平台。

■ 會員經濟商業模式

一般所謂「會員經濟」商業模式，常見的有健身坊的會員制度、星巴克的會員卡、麥當勞的點點卡、電商平台的會員帳號、數位平台的訂閱帳號等幾種方式，這些商業模式的優勢，主要包括「獲取大數據」與「創造循環營收」二個部分。關於「獲取大數據」的部分，主要是讓商家能根據蒐集分析會員註冊資料、瀏覽紀錄或消費紀錄等相關數據，提供量身打造的客製化服務與體驗，以滿足不同顧客之多元需求，進而建立更可靠的顧客忠誠度。而關於「創造循環營收」的部分，指的是未來能持續創造穩定營收的顧客關係結構，具體做法是利用定期活動、粉絲社群、提供折扣等行銷策略，以求建立穩定的客群並提高回購率。

會員經濟就是個人與企業之間，建立一種可持續且可信任的關係，這種關係是相互的，企業將提供會員更好的福利，而會員則會有更高的忠誠度，進而帶來正向循環。會員經濟成功關鍵因素，在於能有效整合與應用移動裝置、雲端服務平台和大數據等技術，讓客戶的需求可以更容易的被追蹤和分析，以便精準提供有效的客戶服務與體驗。具體作法是利用智能手機，讓客戶透過 APP 註冊帳號，

服務平台可以透過蒐集註冊會員的數位足跡，進一步分析會員的需求特性，以便適時提供精準有效的客戶服務方案。

相關研究指出，引領會員經濟成功的重點策略，主要有「會員中心」、「會員分級」、「運用點數」、「科技工具」、「品牌生態」、「異業結盟」等六項策略。「會員中心」策略指的是，透過數據分析瞭解會員特性，並精準的提供產品或服務；「會員分級」策略指的是，針對不同會員的需求，做更細緻的分群與分眾。「運用點數」策略指的是，透過累積點數提供折扣的方式，提高會員對品牌的黏著度；「善用科技」策略指的是，善巧利用社群平台、行動支付等科技，使其成為黏住會員的好工具;「品牌生態」策略指的是，發展自己的品牌生態系，讓會員能在自己的品牌事業裡持續消費；「異業結盟」策略指的是，透過跨領域合作補足自身弱項，並將各自優勢發揮到極致，產生多角化的生態圈。

本計畫擬開發整合 LINE APP 的 AI 聊天機器人，可讓客戶利用智能手機，透過 LINE 註冊帳號使用聊天機器人所提供之相關服務功能。此外，本計畫採用「數位平台訂閱帳號」之會員經濟商業模式，利用整合了 LINE APP 之聊天機器人，以多層次會員 分類與分級的方式，鎖定特定的流動性觀光旅遊客流，滿足其觀光、旅遊、購物、餐飲、交通等多元消費需求。

■ **訂閱經濟商業模式**

會員經濟商業模式主要是以吸引會員加入服務平台為主，可以註冊的方式收取會員基本年費;訂閱經濟商業模式則是針對已加入之會員，以升級升等會員服務或以訂閱服務方式，提供會員量身訂製的加值服務並收取費用。本計畫擬導入之訂閱經濟商業模式為「軟體即服務(SaaS)」的概念，即讓會員擁有軟體使用權的服務，與一次性購買軟體的最大差異，在於軟體服務的價格可依訂閱期數長短而變化；同時，會員可隨時使用最新版的軟體功能，不必擔心軟體版本老舊而無法更新。此外，訂閱制度最短期可以是一個月，讓會員可以在不想使用或軟體規格不合需求或，能隨時自由停止訂閱並終止付費。採用此類訂閱模式的商業平台有 Netflix、Spotify、Dropbox、AWS、Salesforce 等。

如上所述，本計畫擬採用「數位平台訂閱帳號」之會員經濟商業模式，前提是必須要建置雲端服務平台與行動 APP。本計畫擬建置之雲端服務平台部分，整合了 LINE 平台與 AI 聊天機器人平台，提供了穩定可靠的後台工作環境；此外，關於用戶使用之行動 APP 的部分，則是讓會員直接應用 LINE APP，來使用

AI 聊天機器人提供之所有服務性功能。如此會員可不必再下載安裝特定之行動APP，便可以直接使用系統提供之所有的加值服務。

關於本計畫在平台經濟商業模式基礎上，結合會員經濟與訂閱經濟之服務機制，其應用概念如下表所示：

表 3 結合會員經濟與訂閱經濟之服務機制設計架構

		會員經濟內容		
		初級會員	中級會員	高級會員
訂閱經濟內容	基本服務內容	提供初級會員之基本服務項目	提供中級會員之基本服務項目	提供高級會員之基本服務項目
	客製服務內容	提供初級會員之客製服務項目	提供中級會員之客製服務項目	提供高級會員之客製服務項目

本計畫將導入會員經濟之商業模式，藉由整合應用移動裝置(智能手機)、雲端服務平台等新興科技與 IOT 技術，以多層次會員分類與分級的方式，鏈結本計畫海岸地區之場域、景點、商家、產業與社區團體。關於在平台經濟商業模式基礎上，導入結合會員經濟與訂閱經濟應用模式的具體作法，建議如下：

〔**海灣禮程**〕

「海灣禮程」是結合「望海巷會員卡」所設計的會員回饋制度，當您完成海灣禮程註冊後即成為望海巷會員(會員卡可結合一卡通、悠遊卡)，除了可享有記名相關服務及保障外，當會員持綁 定會員卡之 APP 行動支付，單筆全額支付消費金額達活動設定金額時即可獲贈點數，其點數將累積記錄於會員帳號中，當獲贈的點數累計達到等級資格時，會員即可享有該等級的回饋項目，同時平台也將透過舉辦海灣禮程相關專屬行銷活動，讓會員享受更多的回饋。

望海巷遊客可於平台網站註冊海灣禮程帳號，當完成海灣禮程註冊後即成為望海巷會員，會員帳號中將會自動生效一張電子卡。只要遊客持綁定海灣禮程帳號之會員卡或 APP，至「望海巷商家會員」之商店交易、參加產業與社區團體活動、或至特定場域景點遊玩、均可獲贈點數並享有海灣禮程等級回饋。此外，會員也可以透過 APP 隨時查詢個人的海灣禮程回饋，若會員累積點 數達到獲贈的星禮程等級時，可立即享有該等級資格的各項回饋，獲贈的等級資格及點數資料將會被記錄更新在會員的海灣禮程帳號中，會員將可在所註冊的 Email 信箱收到通知訊息，或是至平台網站中的海灣禮程網頁或行動 APP 中查詢。此外，會員綁定會員卡之行動 APP，也能開啟使用 APP 訊息推播的功能，接收平台推播之會員專屬資訊。

以星巴克「星禮程」會員機制為例，其會員可分新星、綠星、金星三個等級，登上金星階級的會員可以獲得個人的專屬金卡一張，每年必須消費達一定額度，才能繼續保有資格。由於累積方法有一定程度的挑戰，因此當會員在網路上貼出自己收到個人金卡的喜悅時，就可能引發親朋好友留言的欽羨氛圍。這樣帶點炫 耀的方式，型塑了「我有、你沒有」的氣氛，加上社群媒體推波助瀾的傳播效應，可為行銷帶來一定的效益。綜合來說，星巴克「星禮程」之新星、綠星、金星階級制，迎合了消費者在社群媒體偏好「炫耀」、「不一樣」的心態，讓擁有金星的消費者，開心的在社群媒

體上大力免費宣傳自己獲得的「殊榮」。關於星巴克「星禮程」會員機制，應用概念如下圖所示：

圖 11 星巴克「星禮程」會員機制示意圖

本計畫設計之「海灣禮程」結合「望海巷會員卡」的會員回饋機制，建議可參考星巴克「星禮程」會員機制的做法，透過會員等級的行銷操作，可望帶動望海巷海灣旅遊活動的傳播效應，進而達成本計畫之智慧漁港旅遊行銷目標。

應用情境二：智慧海灣 AI 聊天機器人

聊天機器人是指可以透過文字、聲音或圖片和使用者對話的電腦程式，它的興起主要是建立在語意識別技術、人工智慧、與即時通訊軟體蓬勃發展的基礎之上。有語意識別能力的聊天機器人能讓使用者有良好的互動體驗，例如能以互動對話的方式，自動幫助使用者完成像是訂披薩、叫飲料，處理發票收據、提醒你該節制省錢等工作。聊天機器人跟真人客服最大不同，是能夠 24 小時不間斷地工作，對企業來說可以大大節省營運成本。

一般來說，聊天機器人主要是以 B2C(消費者取向)之商業應用為主，主要可透過 Facebook、LINE 等社群通訊軟體來與消費者互動。聊天機器人在商務上的實務應用，可以透過雙向互動的聊天方式，做到了解消費者喜好和商品型態，進而自動推薦商品，促成消費者在平台或網站下單；此外，商品售後服務的退換貨問答也能以這種方式完成。聊天機器人對商家而言，有協助促銷、搜尋、導購、售後服務和再行銷的功用；透過聊天機器人，可以建構對話式商務生態體系，提供更直覺、即時的消費體驗，改變商家和消費者的互動情境。

以社群行銷應用為例，聊天機器人主要可分「線上客服」、「促銷活動」、「粉絲導流」等三種應用。「線上客服」指的是藉由聊天機器人的雙向互動，以減少人工客服成本並縮短顧客等待時間；「促銷活動」指的是藉由與聊天機器人的雙向互動，刺激粉絲參與品牌行銷活動，進而蒐集消費者數據以了解不同消費者的需求；「粉絲導流」指的是藉由與聊天機器人的雙向互動，將社群粉絲的流量從網路社群引導至品牌官網，以強化社群粉絲對商家品牌的黏著度。

關於的聊天機器人技術的發展與應用，國內外都有許多成功案例，以下茲分別列舉國內與國外的案例提供參考。

〔國外案例〕

■ Whole Foods

Whole Foods 是美國最大的天然有機食品連鎖店，他們透過聊天機器人來做商品行銷，他們的聊天機器人能提供用戶所需要的食譜，並根據其需求來做搭配，包含用戶可能的狀況，如節食、健身或是素食等...。透過這種方式來讓用戶可以了解在商家可以購買到食譜內所需的食材，促使他們消費。

■ Sephora

Sephora 是美國知名的美妝品牌，他們透過聊天機器人來穩固用戶與品牌黏著度，他們的聊天機器人在美國 18–49 歲的女性中有高度的使用率，他們的聊天機器人可以透過 GPS 訂位、推薦最近的商家、並提供給聯絡資訊後讓他們前往消費。

■ Pizza Hut

Pizza Hut 是全球知名且家喻戶曉的連鎖餐飲業，他們透過機器人來讓消費者可以更快速的下訂單，以此方式讓消費者能更快的享用美味的 Pizza；他們也透過訂閱的方式掌握消費者的習慣，可以更準確地透過再行銷推播訊息，增加消費者續購率。

■ Uber

Uber 是全球知名的數位叫車服務平台，他們透過機器人來讓他們提供的數位叫車服務更有效率，消費者能夠透過聊天機器人來預約以及解雇司機，並在服務完成後還會發送訊息跟用戶溝通，讓使用者能有更親切的感受。

■ Mastercard

Mastercard 是全球知名的信用卡金融服務領先品牌，他們透過 Masterpass 支付服務使客戶能夠通過聊天機器人進行交易。他們還授權客戶通過聊天機器人與銀行進行通信， 例如用戶可以查看他們的銀行帳戶，交易記錄，甚至可以透過聊天機器人監控自己的消費習慣。

〔**國內案例**〕

■ Taxi Go

TaxiGo 是臺灣第一家使用聊天機器人的叫車服務的公司，也是台灣第一個從線上叫車平台起家，再跨入線下成立實體車隊的業者。他們利用 Line 聊天機器人提供叫車服務，使用者無需另外下載新的應用程式，只要加入 TaxiGo 的官方帳號，就能直接留言叫車，還可以信用卡綁定和 Line Pay 的支付、Line Points 折抵車資，讓用戶在同一個平台上就能搞定叫車、評分、付款。

■玉山銀行小 i

「玉山銀行小 i」是臺灣玉山銀行打造的個人金融服務聊天機器人，透過此聊天機器人，消費者可以直接查詢鄰近的信用卡特約商店活動並前往消費。此外，消費者除可透過此聊天機器人查詢個人信用卡帳務，還可以連線到行動銀行

繳費或到超商繳納；除此之外，消費者還可以透過此聊天機器人，查詢紅利點數以及信用卡特約商店等資訊，以藉此強化玉山銀行與消費者的黏著度。

■友故事

「友故事」是新北市坪林區茶葉產銷班建置之「友善農業聊天機器人」，主要應用於有機農務工作紀錄與行銷地方產業，他們的聊天機器人可提供有機生產者與消費者雙向且即時的資訊傳遞及用戶回饋，並藉此提昇雙方信賴關係，透過即時互動、友善價值傳遞及友善產品認購等三大服務特色，協助提升大眾與有機耕作之信任關係與價值認同。

■台灣高鐵

「台灣高鐵」為了紓解購票塞車情況，2018 年推出了聊天機器人的服務，旅客只要在對話框內輸入需求，聊天機器人就會協助完成訂位，有效紓解高鐵龐大的客服業務量。當旅客透過聊天機器人訂票，可一路輸入乘車需求，甚至會收到比照真實車票的確認訂車圖片，90%的訂票程序可在聊天對話框內完成，滿足旅客希望透過對話式商務解決訂票問題的需求。

■肯德基小 k

「肯德基」是臺灣第一家結合 LINE 平台提供點餐功能的速食業者，除了在店面裝設自助點餐機、網路訂餐外帶服務之外，更於 2018 年推出了一個名為「小 k」的聊天機器人，此聊天機器人可透過對話的方式取得消費者的外送地址、姓名及餐點內容資訊，並一步步地引導消費者完成點餐流程。

LINE 是臺灣最多人使用的通訊軟體，無論是黏著度、滲透率，LINE 都是臺灣通訊軟體之冠，從老到少幾乎人人都有帳號；此外，LINE 對話框的使用者介面，也是大多數使用者熟悉的環境，幾乎沒有什麼學習門檻。使用者不需要額外下載新的 App，就可以與其溝通互動。藉由一般人熟悉的 LINE 對話框，透過聊天機器人的互動式對話，不論是景點導覽、美食建議、預約訂位、點數兌換、或是商品客服，都可以自然語言的雙向對話方式，便利迅速的完成。

應用情境三：結合 AR 實境遊戲的在地旅遊活動應用(7)

風靡全球的 AR 實境手遊《Pokémon GO》自 2016 年開放至今深受許多玩家喜愛，這是一款基於 GPS 定位技術的 AR 擴增實境手機遊戲，玩家可在遊戲世界中捕獲神奇寶貝並訓練它們，遊戲世界的虛擬地圖可與真實世界的地理座標位置對應。此 AR 實境手遊進一步讓真實世界的實體活動與城市觀光結合，推出「狩獵地帶(Safari Zone)」遊戲功能，狩獵地帶是一個神奇寶貝棲息的地帶，寶可夢玩家可以在這裡捕捉到特定的神奇寶貝。透過將寶可夢虛擬世界的遊戲地圖與真實體世界的地理座標位置結合，寶可夢玩家會跟著寶可夢虛擬世界中的遊戲地圖引導，去體驗和認識真實世界特定地區景點的真實情境狀況。

■ **臺灣在地應用情境**

以臺南市政府為例，他們曾於 2018 年和寶可夢攜手合作舉辦「Pokémon GO Safari Zone in Tainan」活動，設定奇美博物館、臺南都會公園為主要活動場域，並結合了臺南市當地的伴手禮商家、旅宿業者、餐飲小吃業者一同參與此活動，好讓各地前來的寶可夢玩家，體驗臺南當地的美食及文化。此外，臺南市政府除了設定上述二個主要活動場域之外，也同時將整個臺南地區納入抓寶範圍，並於臺南市內特定地區分別設定為神奇寶貝補給站，讓各種難得一見的神奇寶貝不定時在該地區出沒，讓寶可夢玩家可到補給站轉出和平常不一樣的蛋。活動期間，玩家在當地伴手禮商家、旅宿業者、餐飲小吃業者消費，只要出示手機上的《Pokémon GO》APP，即可享有的優惠折扣，讓寶可夢玩家們在抓寶之餘，還能品嘗當地的美食特色小吃並購買伴手禮。此活動期間的臺南飯店住宿預訂爆滿，預訂住宿的熱烈狀況甚至外溢到鄰近的高雄地區。此結合 AR 實境手遊之觀光活動才短短 5 天就帶動 5 億商機，觀光人潮同時提振了在地旅宿、餐飲與禮品等周邊業者。由於臺南市舉辦「Pokémon GO Safari Zone」的成功經驗，之後陸續於嘉義舉辦之 2018 年臺灣燈、2019 於新北市大都會公園舉辦之寶可夢活動、2020 於台中舉辦的台灣燈會，也都採用此結合 AR 實境遊戲的旅遊活動模式。

■ **結合網紅行銷模式**

關於臺南市政府如何利用網路社群行銷 Pokémon Go Safari zone 活動，並藉由該活動成功帶動並激發在地產業的發展。透過分析寶可夢的網路輿情資料發現，YouTube、Instagram 等社群網紅早在活動前一個月，就開始釋出與該活動相關之圖文、影音內容。YouTube 在活動前一個月為觀看與該活動有關影音活躍

期，十月初左右則紛紛釋出活動訊息及介紹，吸引大量民眾觀看並按讚評論；隨著活動時間逼近，觀看人數於活動前三天達到高峰。活動結束後，YouTuber 針對活動、寶可夢的評論，再次掀起討論聲量，此時期粉絲多參與討論並按讚，臺南市政府和寶可夢等相關議題仍然持續引起關注和討論。此外，Instagram 的寶可夢話題則是在活動開始後持續發酵，活動前並無大量臺南寶可夢活動的相關貼文釋出，但是活動正式起跑後的網路聲量穩定增長，也帶動臺南地方美食、打卡景點等周邊相關話題的討論。

活動期間除了抓寶攻略之外，旅遊、美食與必拍景點等資訊也成了網路社群關注焦點；活動結束後，臺南吃喝玩樂等資訊持續在 IG 中發酵，且相關發文數量大於 YouTube 影音內容。貼文大多談論美食、旅遊、伴手禮店家等資訊，可見寶可夢活動帶動臺南觀光周邊產業的助益。YouTube、Instagram 等社群網紅們，透過分享邊吃邊玩的旅遊經驗增加店家曝光率，對商家的大力推薦可說是最好的免費廣告。從結合 AR 實境遊戲旅遊活動的成功，可以發現結合網紅的網路社群行銷模式，不只促進更多社群粉絲得知活動相關資訊，也可帶動地方經濟發展及觀光人潮的增加。因此，本計畫或可利用本計畫盤點出來之閒置空間，選擇合適的空間場地設置共享空間場域和資源，提供網紅社群友善之共享環境，吸引網紅來此行銷在地風情、景點、美食、特產、活動等。

〔本計畫智慧化技術框架應用〕

以結合 AR 實境遊戲旅遊活動之應用為例，關於如何將前述智慧化系統框架(智能手機+雲端平台+高速網路)中採用之 LINE Bot AI 聊天機器人、專家知識圖譜、APP 定位推播等智慧化科技項目，有效導入並應用於此活動情境中，其設計概念如下圖所示：

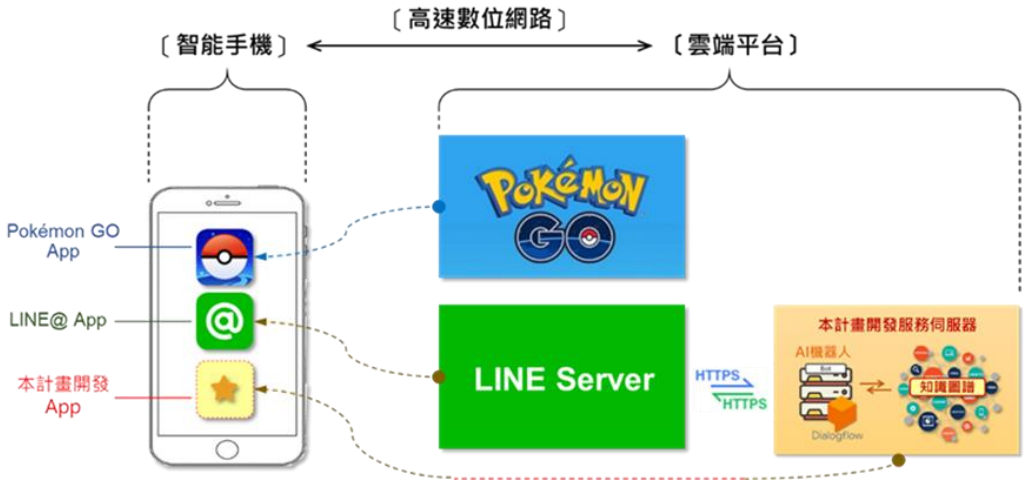


圖 12 結合 AR 實境遊戲之使用情境示意圖

參考以上結合 AR 實境遊戲旅遊活動的成功經驗，本計畫建議導入之智慧化技術框架之應用，可結合 FB、YouTube、Instagram 等社群網紅行銷模式的運作，將社群之流量導入本計畫之雲端平台，使社群粉絲註冊加入成為雲端平台會員。藉由「海灣禮程」的會員回饋機制，透過會員等級與訂閱式之行銷操作，可帶動在地旅遊活動的傳播效應，進而達成結合實境遊戲之智慧漁港旅遊活動之行銷目標。

此外，透過 LINE 聊天機器人的機制，不僅可以作為活動期間之 24 小時無休之線上客服；還可以透過蒐集分析平台會員的各種需求，並將會員的各種需求適時的媒合在地商家與商品，或自動推播給特定的買家會員，實現買家會員與賣家會員智慧化交易之應用。至於本計畫核心區域與鄰近區域之商家分類與與直銷商品種類，可使用本計畫建議導入應用之 Graph Database 專家知識圖譜，來建構完整深入的商家與商品資訊之專家知識體系，以作為 LINE 聊天機器人之知識庫，以作為會員與在地商家之互動基礎。

物聯網是由實際物體，如行動裝置、家電、機械等，經由嵌入式感測器和 API 等裝置，透過網際網路所形成的訊息連結與交換網路。物聯網的架構典型分為三層，第一層為感測層，也就是物聯網裡的「物(Things)」，由可以感測訊號的裝置組成，用以監控所在位置的物理或環境狀況，例如影像、溫度、濕度、動作、壓力感測等。第二層為網路層，包含無線或有線的網際網路，用以提供可靠的網路傳輸功能。每一個裝置都具有 IP 位置，可以將裝置蒐集來的資訊，整合到物聯網的資料管理中心。第三層為應用層，物聯網經濟將近 80%的商機來自於此。當我們將第一層的「物」透過第二層的「網路」連結起來後，可以思考不同領域的應用。例如：智慧旅遊、智慧家庭、智慧城市、智慧零售、智慧醫療等。

其中，智慧旅遊指的是利用雲端計算、物聯網等技術，透過互聯網/移動物聯網與終端上網設備，主動感知旅遊資源、旅遊經濟、旅遊活動、旅遊者等資訊，即時發布供使用者瞭解，並可即時安排及調整工作與旅遊計畫，達到對各類旅遊資訊得智慧感知、方便利用的效果。故本計畫預寄透過 IoT 概念，透過行動網路、無線網路及藍芽等連線技術，串聯以望海巷核心區為出發點並結合基隆市地區相關商家資料庫、氣象資料庫、公共交通轉乘資訊資料庫及地圖服務等資訊流，進行整合及演算，並建議可應用在智慧交通、旅遊熱點人流分析、氣候與危險警示以及自行車雲等四大主題中，詳細 IoT 應用規劃架構如下圖所示。

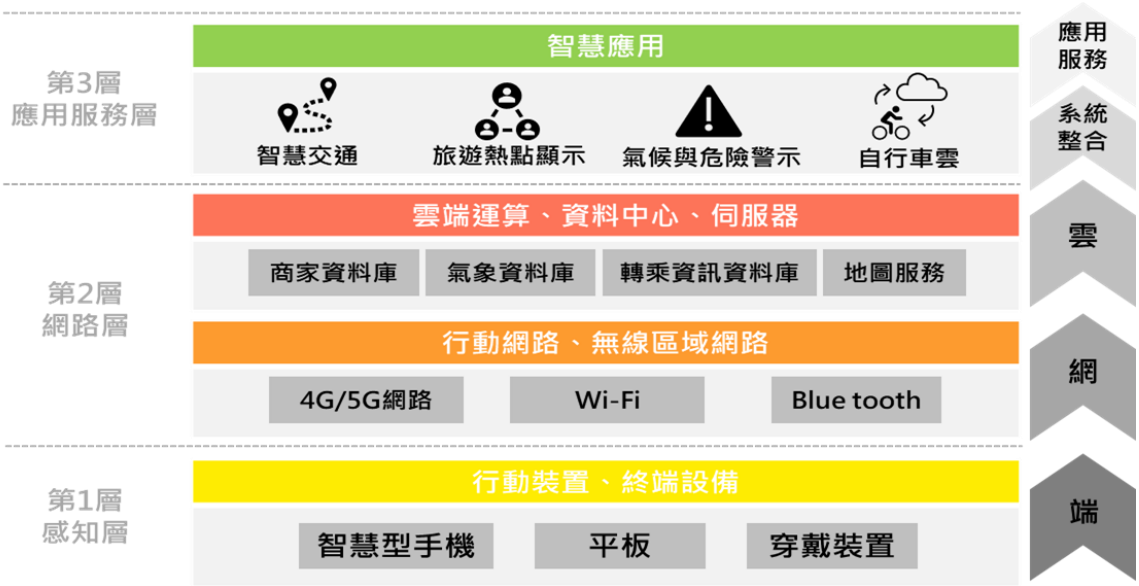


圖 16 IoT 應用規劃架構圖(參考資料：工研院 IEK、Gartner, 2016)

應用情境五：交通資訊串聯系統

智慧交通系統 ITS(Intelligent Transport System)是指將先進的資通訊技術、感測技術、控制技術等有效率地整合運用於整個交通運輸管理體系，而建立起在大範圍內及全方位的即時、準確及高效率的綜合的運輸和管理系統。智慧交通不但協助我們解決複雜的交通問題，新科技也已經在很多城市深入了人們日常的出行活動：例如車上及手機上的導航及電子地圖，道路的電子收費，以及公共交通系統的電子車票。

紐約市及三藩市的智慧停車系統則更進一步的結合無線感應器及手機應用程式，提供即時的路邊停車資訊，降低尋找車位造成的壅堵和空氣污染以及執法的成本，並實施動態收費，加大成效。紐約市的電子收費系統的技術更已經被用來做為紐約市預防公路交通事故的重要依據，以做到防範事故于未然。

澎湖地區發展的智慧綠能交通網計畫是一個實體低碳節能建設的「智慧綠能交通路網」與提供智慧虛擬服務的「澎湖觀光護照 APP」的整合方案，讓「智慧綠能交通路網」將資訊的蒐集來源與接收設備完善，讓本資訊平台可整合澎湖的交通路線資訊、交通附屬資訊(如充電站、加油站、補給站、智慧驛站等)、交通運具上之即時資訊、使用者的在地資訊以及災害應變資訊等，藉由「澎湖觀光護照 APP」提供智慧化的綠能交通應用服務。

海灣會員系統可透過系統 GPS 定位，抓取使用者目前所在位置並自動提供使用者限定距離內可使用之交通工具種類，如大眾交通工具、自行車、出租車服務等資訊，若使用者輸入欲抵達之目的地，系統計算出最短且最方便之抵達方式，並告知可前往該目的地知交通工具種類方便使用者挑選。若使用者選擇使用公共交通工具，系統對內可帶出目前最即時之公車乘車及轉乘交通資訊，對外系統可帶出火車、高鐵等班次資訊；若使用者選擇騎自行車或是腳踏車，系統可顯示附近之自行車或是電動機車借用點，以及剩餘車輛數量；若使用者為自行開車者，系統也可顯示目前使用者所在地或是目的地周邊停車場位置以及剩餘停車位數量等資訊。針對不同交通情形，使用者不須再反覆開啟不同系統查詢與紀錄，所有交通資訊需求皆可由單一系統介面統合呈現，優化使用者之旅遊體驗。

應用情境六：旅遊熱點顯示與人群分流機制

知道目的地的容納量並調節遊客流量對於避免過度旅遊和創建對當地人以及遊客具有吸引力和益處的概念很重要。通過宣傳特定景點的介紹、歷史及特色

來展示鮮為人知的地區。這不僅可調節遊客流量，且可活絡外圍地區的在地商家。這樣的方法也能使用在淡季期間組織活動吸引人潮。

國內因應防疫政策，於「高速公路 1968」App 中新增了熱點查詢功能，原理是依中華電信用戶連接上景點附近基地台數據，比對過往連線紀錄來分析，以中華電信行動用戶在國內市佔率有三、四成為基準，去推估出當地總人潮量。各景點分析方式不盡相同，像墾丁佔地廣大，除南灣、墾丁海水浴場等都拆開提供資訊，長度不短的墾丁大街也拆成四處分析，提供民眾參考。交通部這次推出景點人潮參考，原理也接近許多民眾手機必備使用的 Google Maps 中的即時路況，該功能並非接取交通警政單位資訊，而是將使用地圖用戶傳回的定位資訊，進行大數據分析，只要塞車，地圖上道路就會呈現紅色，橘色則是壅塞，綠色則順暢。Google 依據每一隻手機傳回的定位資訊，推算用戶行駛速度和方向，也和歷史紀錄進行比對，分析數量是否有異常增加，只要速度緩慢、裝置數目較平均增加，就可間接判斷出該路段塞車，只要使用的裝置越多，就會越準確，甚至可以預測路況。

海灣系統可建置類似功能，透過定點接收器或 GPS 定位，蒐集各點旅客流量，讓使用者可透過系統地圖即時得知欲前往之景點目前客流量及擁擠度。一方面可讓遊客瞭解該區熱鬧的地方為何，另一方面若遊客想避免前往人潮擁擠的地方也可參考此資訊，而若目的地過於壅塞，系統將顯示建議延後前往時間以分流人群，並進一步根據個人偏好、交通狀況、旅程時間與商家營業時間等資訊，重新建議個人最適行程。

應用情境七：劇烈氣候與危險警示資訊流串聯

利用手機提供智慧旅遊服務已是世界趨勢，而在提供娛樂及休閒資訊的同時，遊玩過程中安全也應一併納入考量，而為強化國內旅遊安全，交通部觀光局也持續推動國家風景區旅遊警示，選定台中霧峰區參山國家風景區作為示範點，建立主要景點免費 wifi，並視季節、氣候、地形、時段，透過藍牙定位系統，即時傳送旅遊危險警示到旅客手機，如已靠近懸崖、注意落石、小心蚊蟲和蛇類，提醒旅客注意自身安全。

系統透過串聯中央氣象局氣候資料庫，即時顯示使用者所在地或欲前往知地點氣候現況及未來變化走向，特別是在靠近海灣及港口之區域，若政府發布氣候警告時，使用者也可透過系統即時收到警示推播，在遊玩的同時兼顧旅遊安全

性。另一方面政府或相關警消單位也可透過該系統了解到氣候或安全示警區域人流狀況以及是否有遊客誤入管制區情形，以即時做出相對之應變與預防行動。

應用情境八：自行車雲

近幾年單車運動興起，許多縣市也紛紛設置公共單車，加強交通的連動性，除了提升都會區通勤的方便性外，於發展單車旅遊，不僅可以保持運動習慣、發展觀光經濟、提升環境與文化意識。旅行過程透過單車代步，可放鬆心情外，運動也更能連動記憶，將沿途收進眼底的美景更烙印在心中，有別於開車或是乘坐遊覽車之踩點旅遊方式。建議可以公共單車(youbike)的模式作為發展基礎，建立基隆交旅雲端資訊平台，由後台掌控自行車狀況，各鐵馬驛站則以節點雲方式提供 Location Base，載入地方特色產業資訊，並透過旅遊服務中心與雲端平台進行連結提供最佳服務(如租借/資訊/醫療)。

第一階段驛站分布範圍將規劃以基隆望海巷海灣為核心，串聯新北深澳線廊道之自行車示範遊程，提供給自行車遊客連續、安全、有趣的自行車路線與好的指標系統。第二階段驛站的設置可參考澎湖之「智慧綠能交通路網」作法，以智慧低碳驛站為重要節點，結合各線觀光巴士串聯，和個別碼頭相連結，輔以多元化計程車，讓腳踏車與電動機車延伸觀光巴士路線的智慧旅遊模式，改善低碳交通路網中資源的浪費，成為 Mobility as a Service MaaS 最佳化運輸行動服務的測試場域。智慧低碳驛站集合了補給站、休息站、能源管理站、旅遊資訊站和 Wi-Fi 供應站為一身。創造出一個解決最後一哩路，有效率並符合旅客需求的低碳智慧旅遊方式。

另外可結合健康生活概念，透過系統地圖里程數估算消耗卡路里，並於步道沿線設置特定推播裝置，使遊客行經該景點時系統介面顯示互動介紹說明，提醒遊客適時休息、補充水分並停下單車於風景區走走，加強互動觀光體驗。行銷面，除了透過臉書、部落客合作及媒體踩線等社群操作與合作機制，推廣即將建置完成之海濱自行車道，並鼓勵業者設置腳踏車/電動相關租賃業、打氣站、智慧販賣機於自行車廊道邊，延伸至八斗子、國立海洋科技博物館與新北市，串聯深澳鐵軌腳踏車與象鼻岩等景點，延伸觀光廊帶。

應用情境九：深度學習-水產品影像辨識應用程式開發

近來人工智慧浪潮席捲全球科技圈，其中最重要的技術之一為「深度學習」(Deep Learning)。深度學習網路在影像的應用上為近年來十分熱門的議題，專家學者歷次提出各種不同特性之神經網路，在不同的影像應用上提供解決方案。本文將從應用面出發，探討與分享各類網路在各種不同領域的應用情形，透過實際場域需求與神經網路的媒合，提出各類可運行可應用的實際解決方案。深度學習最常見的應用，包括影像識別、語音辨識、自然語言處理等，甚至推薦系統、生醫資訊等，各種和生活相關的領域都可以看到深度學習的應用。而其中影像辨識又是應用最廣泛、最容易上手的例子。影像辨識一直是人們最希望用人工智慧(Artificial Intelligence)和機器學習(Machine Learning)來幫忙處理的問題。自從網際網路和各式行動裝置普及之後，每天都有超過一百萬 TB 的數位資料產生，其中有一大部份是數位影像資料。大量的數位影像資料如果經過適當的自動化處理、抽取出其中的資訊，就能成為貼心的服務、發揮出數位資訊驚人的妙用。從基本的手寫文字辨識、物件識別、人臉辨識，到自動化圖像描述(Image Captioning)、無人駕駛車(Self-Driving Car)，還有最新的馬賽克還原技術，都是深度學習和影像辨識整合後的應用。深度學習在影像辨識的應用上主要分為資料庫建立、訓練以及系統運行等三大部分，參考下圖。

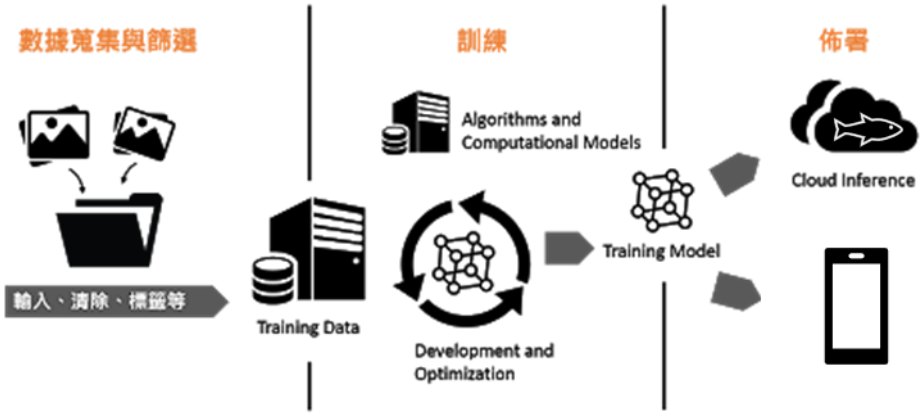


圖 17 深度學習－影像辨識架構圖

(參考資料：TCIT Embedded AI Vision)

深度學習除了需要大量的資料，更需要大量有標記(Label)的資料，才能在訓練過程(Training)讓深度學習的模型(model)學習到判別的關鍵。比如手寫數字辨識就需要把每個手寫影像標記上代表的數字、人臉辨識就需要標示出影像上臉部的位置、物件識別就需要標示每個圖片中有什麼物品。這些整理成特定格式、

標示好的資料就是資料集(Dataset)，對機器學習和深度學習都是非常重要的。本計畫將以八斗子與望巷漁港常見之水產種類建立水產漁獲資料庫，並參考水產試驗所與中央大學團隊之魚類影像辨識系統開發計畫之資料庫設計邏輯，如下圖。將既有資料庫之水產種類依照形狀、色彩及紋理切分成 3 個軸向的資料內容建立成 3 種知識圖譜，以利後續發展經網絡系統。

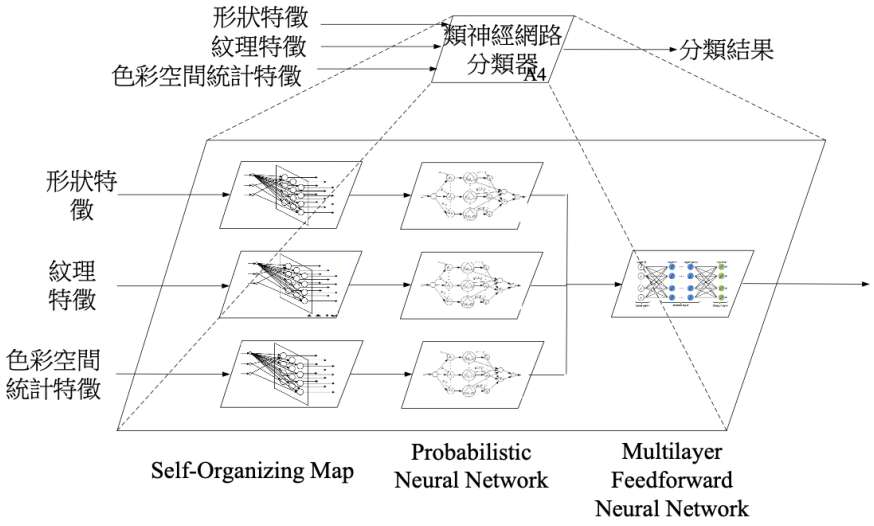


圖 18 魚類辨識演算法架構

(參考資料：強化水產資訊數位多元服務 中央大學 林芳安/陳慶瀚)

並在訓練階段使用 python 的 Keras 套件作為深度學習庫，以 TensorFlow 底層的深度學習框架來建構深度學習的類神經網路(Artificial neural network)架構。在 Keras 中可以直接使用 keras.models 模組提供的 Sequential 類別來建構網路架構，再將 keras.layers 模組提供的各個類神經網路層(layer)填進前述已建置完成的知識圖譜作為 Sequential 物件的網路架構，完成類神經網路架構的建置。最後以階段式的魚類圖片資料訓練進行神經網路的準確度確認以取得的各類模型，並在測試階段完成後，透過智慧型手機提供的神經網路晶片，開發應用程式，使前往核心區水產市場挑選漁獲的消費者可透過手機運行漁產辨識的功能，強化遊客旅遊體驗。

附錄三、直售平臺/店鋪行動方案

1. 直售所概念:

(1) 六級產業

日本自 2011 開始推動「農山漁村六級產業化」政策，此政策係以一級產業為基礎，結合二級及三級產業分工合作，促進生產、加工、販售等整體性產銷發展，主要任務為活用地域資源，促進農林漁業生產、加工及販售一體化，振興農林漁業，提升農業附加價值，以促進農山漁村地區的再生及活化，進而確保就業及提升農山漁業所得。而所謂六級產業化之概念，指的是將農業生產(一級產業)x 農產加工(二級產業)x 直銷(三級產業)整合為在地性之產業發展模式，其特點為發揮產業之加乘綜效。

日本推動的六級產業化強調以農山漁民為主體，藉由將生產、加工、販售一體化提升附加價值，鼓勵農林漁業者投入加工及販售領域，以獲取從生產到販售的利益。藉由各級產業彼此之間的相互合作，讓在地的農林水產得以充分有效利用，進而從事新產品之開發、通路之開拓以及新事業之開創。日本推動發展的六級產業，主要是透過傳統農林漁產業向二級、三級產業延伸，以追求農林水產品的高附加價值，進而增加農林漁民的收入並增進就業的穩定。在新的六級產業中，農林漁業者不僅可以從事農林水產等一級產業，還可以參與食品加工等二級產業及流通、銷售等三級產業，從而獲得加工工資和流通利潤等高附加價值。

(2) 地產地銷

「地產地銷」是在六級產業化政策下衍生出來的對策，其做法為透過扶植在地農山漁民設立自產自銷市集，讓在地農林漁民自動自發的動起來，為自己的產品找到銷售途徑，以農林漁民自身力量來解決在地產品銷售的問題。日本「地產地銷」政策指的是當地生產、當地消費的概念，此概念最後具體落實在以「新鮮、安全、安心、環保」為核心競爭力之「直售所」的設置，此做法已在日本推行超過 20 年，實施成果卓著，堪稱小農國家對抗農業大國之有效競爭模式之一。

「直售所」以多樣少量為主要的行銷模式，透過此一模式可有效改變生產型態(只生產賣得掉的產品)、流通方式(減少中間商成本)、創造附加價值

(增加收益)。直售所販賣之產品不以華麗包裝吸引消費者，只利用簡單包裝、誠實標示來獲取消費者信賴，直售所不只賣當地生產的食材，也販賣加工品或是做成便當。直售所對小農來說多了個銷售平臺，對消費者而言，則是食材更新鮮了。綜合來說，直售所販賣的產品以在地為主，為當地農林漁民自產自銷，除了提供特殊的產銷模式之外，也具有整合訊息的功能，能適度提供城鄉交流的活動訊息，讓都市消費者以此為平臺，循著這些訊息走入農林漁村，一方面享受農村生活的自然景觀與休閒氛圍，一方面也活化了農林漁村的旅遊生態，整個循環則構成一個典型鄉村小型地產地銷生態系統。同時生產者因減少農漁產品運銷支出而得以提供價廉物美的生鮮產品，也可面對面的和消費者說明其生產理念與產品特性，更可以即時瞭解市場與消費者的需求；對消費者而言，除了購買優質農漁產品之外，也可以學習各類農產品的特性與食用方式。此外，可以直售所為中心，提供鄰近區域的觀光旅遊或健康活動資訊，使其成為生產者、消費者甚至是遊客重要的資訊與交流平臺。因此，直售所以地產地銷的方式，作為地域的交流平臺，可將生產者、消費者或遊客者有效的連結在一起，進而促進地方農漁產品的銷售機會。

(3) 商業模式

根據日本推動地產地銷直售所商業模式的成功經驗，發現直售所受到歡迎的最大優勢，在於產品的新鮮度、安心感與低價格。在傳統的市場流通通路，從產地收穫的農產品，經由集貨場、拍賣市場、中盤商、零售商等，到達消費者手中通常要花費數天；而在農漁產品收穫當天就能直接上消費者餐桌的直售所，其產品的新鮮度與口感及營養成分，都能獲得消費者的支持。地產地銷直售所透過積極滿足消費者的需求，擴大生產與開發等相關配套措施，已讓日本農林漁村展現出過去未曾見過的實質變化。

一般來說，傳統的市場流通通路，生產者依照農漁產品的規格分級包裝的過程中，消費者無法瞭解個別生產者的姓名。而直售所商業模式的每一項產品都能追朔生產者的姓名與產品資訊，能夠帶給消費者莫大的安心感。此外，在市場流通管道中，生產者與消費者之間存在許多層的中間業者，其多重的中間流通成本，致使零售價格往往高達生產者實際收入的許多倍。相對之下，直接聯結生產者與消費者的直售所商業模式，可以將實際削減下來的多重中間流通成本還原給消費者，以降低零售價格，同時可有效提高生產者的實際收益。隨著直售所商業模式的發展，生產現場也將會逐漸轉型為「只

提供賣得掉的產品」的經營模式；生產型態也將會從多量少樣轉型為少量多樣，並利用加工技術創造附加價值，生產者的自主創意與努力的成果也可展現出來。關於傳統市場通路與直售所商業模式的差異，如下所示：

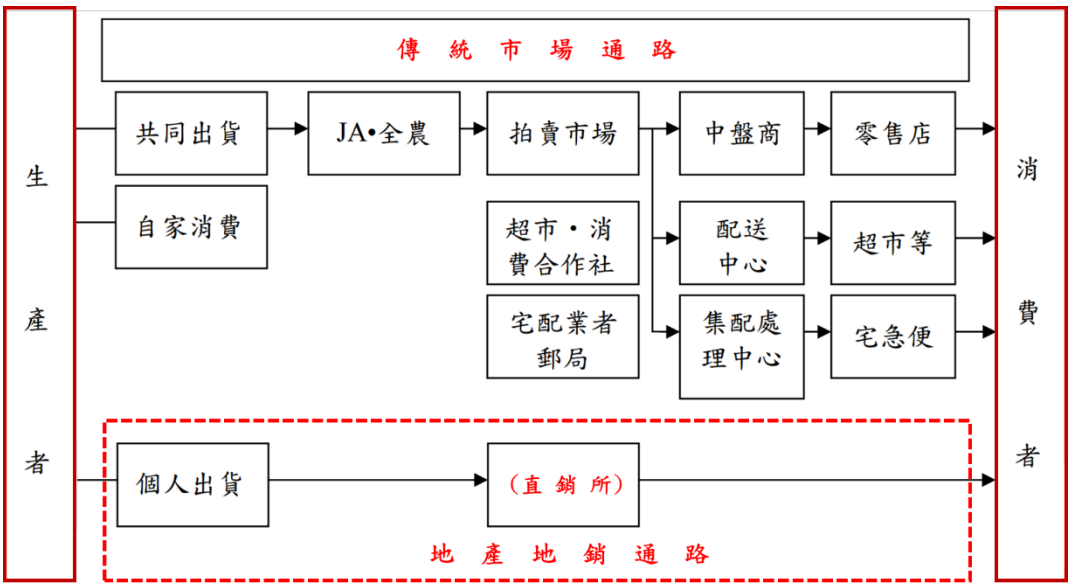


圖 1、傳統市場通路與直售所商業模式的差異示意圖

2. 智慧化應用情境

(1) 會員機制：連結會員經濟與訂閱經濟之智慧化商業模式

I. 一般會員

一般會員指的是以消費者為主的一般普通會員，主要包括願意於平臺註冊並支付會費的大眾。一般會員於平臺註冊取得身分後，便能自由「訂閱」由平臺之機構會員發行之各種「活動」，一般會員可藉由參與各項活動的方式，於參與過程中累積個人的回饋點數，以獲得會員服務升等與兌換回饋獎項之好處。

II. 賣方會員

賣方會員指的是以供應者為主的會員，主要以公司、行號商家為主。賣方會員於平臺註冊取得身分後，便能自由發行各種「商業活動」，發行的活動可包括訓練開課、商品促銷、活動專案、主題活動等。賣方會員不僅可以透過發行活動，來與本平臺之一般會員互動，以利形成有經濟效益之有機連結與正向循環商業模式；而且也可以透過發行活動，來連結本平臺顧問會員發行之訓練課程或輔導活動。

III. 顧問會員

顧問會員指的是以提供本計畫專業服務為主的會員，主要包括領域專家、專業顧問等人員。顧問會員於平臺註冊取得身分後，便能自由發行各類「專業活動」，發行的活動可包括訓練課程、專題講座、專家會議、個案輔導等，而這些專業活動均可同步開放給賣方會員，以利與賣方會員之商業活動形成有機連結。

(2) O2O 營運模式：虛實融合之智慧化平臺商業模式

本計畫建議導入的 O2O 營運模式，整合了「直售所」的線下商品與線上交易機制，讓「直售所」賣方不需自己負擔昂貴的系統建置與維護成本，也不必處理不熟練的線上交易機制，便能輕易實現線上銷售。而也因為有個實體集散地，消費者在平臺上能簡單的搜尋、比較與完成購買。於平臺註冊之一般會員與賣方會員，即可透過註冊 LINE APP 帳號，使用 AI 聊天機器人連結 O2O 營運平臺所提供之各項服務功能，進行直售所 O2O 商業模式的互動，以滿足不同會員之多元需求。以下茲參考日本農業協會(JA)的直售所分工模式與作業流程，來說明其運作方式：

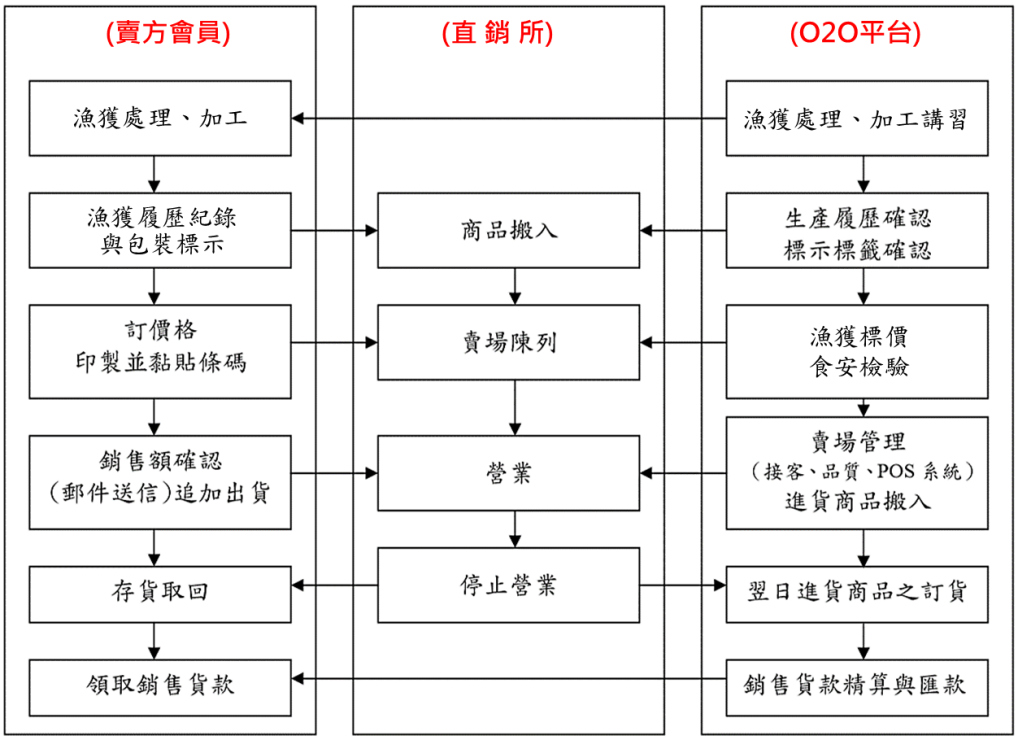


圖 2、日本農業協會(JA)直售所分工模式示意圖

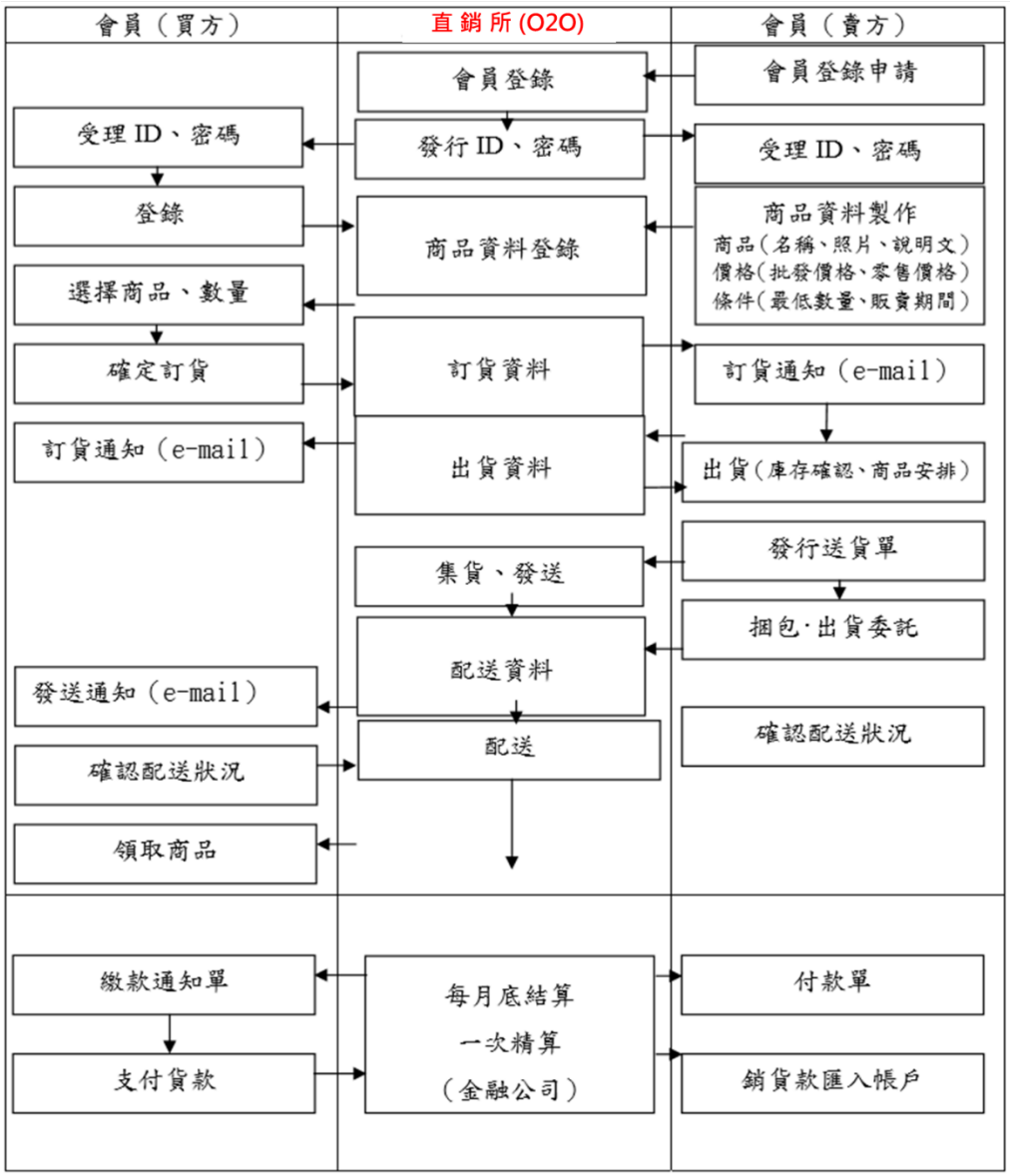


圖 3、日本農業協會(JA)直售所作業流程示意圖

3. 智慧化技術框架之應用

綜合以上之會員機制與 O2O 營運模式，本計畫建議導入之智慧化技術框架之應用，可將 O2O 營運模式導入於「直售所」之應用情境，利用會員制電商平臺作為整合買方會員與賣方會員線上機制，再於鄰近望海巷地域設立一實體之線下會員交易互動空間，達成虛實整合之交易循環。此外，透過「直售所」流通之漁獲產品，也可透過「一支釣」之品牌包裝，強化識別度與認同度。

基於「直售所」O2O 虛實融合之營運模式建置，買方會員與賣方會員之間，可透過 LINE 聊天機器人的方式互動，除了可詢問漁獲種類、漁獲

現況，漁船出海捕撈實況之外，還可針對特定漁船、特定一支釣漁獲或現撈漁貨，進行預訂或買家競標。此外，LINE 聊天機器人還可以透過蒐集分析買家會員的偏好特性，了解個別買家的特殊喜好，於賣家會員有符合漁獲或漁貨出現時，自動推播給特定的買家會員，實現買家會員與賣家會員智慧化交易之應用。因 LINE 聊天機器人可與後臺雲端伺服器整合應用之特性，因此賣家會員之漁船出海捕撈實況，可透過 GPS 定位的方式掌握其於海上之實際位置、預計進港卸貨的時間，及時推播給有一支釣漁獲或現撈漁貨預訂之買家會員。

至於望海巷漁港之漁獲種類與直售所可交易之漁貨種類，可使用本計畫建議導入應用之 GraphDB 專家知識圖譜，來建構深層互聯的專家知識體系，以作為 LINE 聊天機器人背後的知識語意基礎，以作為買家會員與賣家會員彼此以自然語言溝通之智慧代理人介面。

附錄四、智慧潛水裝置系統

1. 需求: 為串聯長潭漁港及望海巷「漁港友善人行」及「水環境優化」，結合既有海岸環境、海洋科技博物館及海岸景觀環境資源，建置符合生態休閒活動場域，針對海上(水域遊憩行為(含動力及無動力))活動，進行保育區總量管制及導引等各式相關旅遊服務內容與項目。

(1) 擬交由民間團體管理水域活動人潮，但欠缺整合相關資訊。

(2) 隨者望海巷海灣保育區劃定後，海域內之豐富海洋生態與其中「祕密花園」熱門潛點，吸引大量潛水客慕名湧入，每逢旺季或假日時，潛水客氾濫，缺乏管制假日人潮。

(3) 因保育區緊鄰航道，在船隻進出漁港時，若稍有不慎，容易產生意外，除此之外，潛水亦會受海流與沿岸流等影響，風險無法預估，因此，潛水客之安全監控警示是急需解決之問題。

(4) 為提升潛水者便利性，免去拿取實體貨幣之不便，以行動支付取代原消費模式。

2. 應用情境

(1) 安全範圍感測與警示

A. 保育區緊鄰航道，為提醒在保育區內潛水者，勿超出限制範圍，避免發生意外，於陸域置高點處裝設影像紀錄器，蒐集船隻航行與保育區安全範圍，透過水域活動穿戴設備設定警示(例如：鄰近航道有動力船隻靠近則透過亮燈或聲光等警示)，使潛水者隨時掌握潛水點位置是否逾越保育區界線與鄰近航道區。

B. 透過水域活動穿戴設備結合氣瓶壓力錶與健康管理數據(心律、心跳數、呼吸頻率及血壓等相關的身體)，讓潛水者方便計算深度、潛水時間、氣瓶內的空氣量及潛水期間的身體狀態等。

(2) 海域總量管制統計

望海巷海灣因保育區劃定，十五公頃內海域之海洋生態變得更加豐富，其中「祕密花園」潛點成為熱門潛點。每逢旺季或假日時，吸引大量潛水客

慕名湧入，擬針對水域遊憩的場域進行總量管制，因各時段承載容許量約為 80~100 人，透過水域活動穿戴設備軟體開發，統計追蹤下水人數及下水時間，入口處進行人員管制，以維護水域生態與水上活動安全。

(3) 串聯周邊店家，導入行動支付

為免去拿取實體貨幣之不便與促進消費能力，結合水域活動穿戴設備軟體合併行動支付功能，使消費者直接進行消費。

3. 實施場域範圍: 以望海巷海灣保育區為示範場域，據以作為水域活動區智慧化創新參考。

4. 創新性: 隨著智慧設備發展越趨成熟，使用者對於穿戴裝置的個人化功能需求逐漸提升，結合智慧化裝置與雲端平臺的系統設計，以虛實融合的商業模式設計，發展出實用的應用架構及軟體，運用於戶外水域遊憩場域，提升潛水者安全便利性與豐富潛水體驗。

5. 創新商業應用模式：

(1) 體驗經濟：水域活動的體驗設計

(2) 數位經濟：智慧平臺+智能穿戴裝置+虛實融合的應用設計。

6. 功能規格

水域活動智慧管理設備需具備功能，擬包含：

(1) 現有的潛水穿戴裝置可符合之安裝環境。

(2) 以既有的系統軟件提供整合性系統，針對水域活動進行情境模式選項設計，包含：獨木舟、浮潛、潛水等。

A. 浮潛、潛水活動：具備安全範圍感測與警示(例如：動力船隻靠近)、潛水深度(動態的上升速率指示)、氣體設定(高氧潛水)、潛水規範提醒(減壓規定、禁潛時間)、潛水日誌(最大深度、總潛水時間、潛水地形圖)、健康管理數據(心律、心跳數、呼吸頻率及血壓等相關的身體)與行動支付功能。

B. 獨木舟：具備安全範圍感測與警示(例如：船隻靠近等)、GPS 定位、時間提醒、健康管理數據(心律、心跳數、呼吸頻率及血壓等相關的身體)與行動支付功能等。

(3) 後臺大數據累積及管理。

附錄五、地方參與

一、 在地訪談、公聽會、說明會、工作坊舉辦說明

為能夠從供需市場蒐集產業的聲音與實際需求，本計畫於供給端採用深度訪談、公聽會(或說明會)與社區共識營形式進行，需求端以工作坊方式進行，整體推動規劃如下圖所示，各作業項目分述如下：

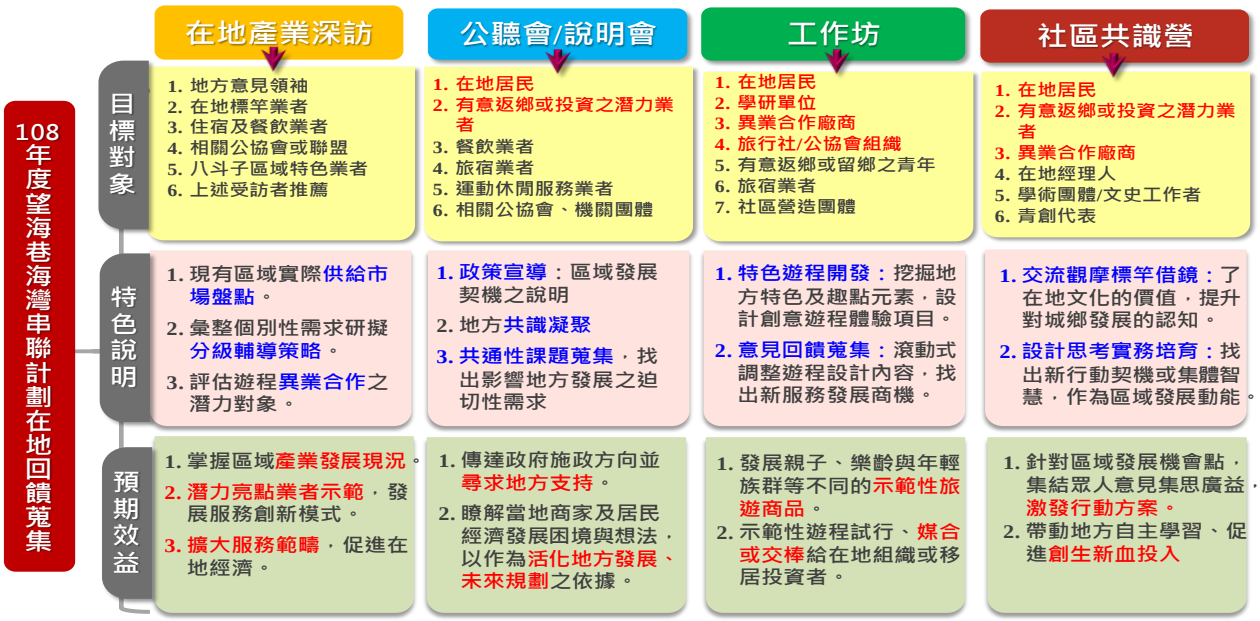


圖4、基隆長潭里望海巷海灣在地聲音蒐集之規劃架構

資料來源：本計畫整理

(一). 活動執行情形

活動項目	完成場次	活動參與人數	結論議題
在地產業訪談	共完成 34 次訪談	共 34 人參與訪談	-
場域規劃公聽會/說明會	共完成 7 場次	共 265 人次參與	**生活:** 漁業轉型觀光發展 陸域設施改善 **生產:** 生態觀光推動 (水域活動產業控管)
社區工作坊	共完成 12 場次	共 377 人次參與	**生態:** 強化生態保育特色 海洋廢棄循環經濟 **生活:**

			漁村聚落閒置空間盤點 漁村人才培訓 **生產:** 生態觀光導覽深化 遊程整合設計
社區共識營	共完成 2 場次(花蓮洄游吧/東港琉球嶼)	花蓮計有 27 人次。小琉球，計有 35 人次。	**生態:** 生態保護管制 **生活:** 漁村聚落 **生產:** 長潭漁業六級產業轉型 望海巷低密度漁港轉型 觀光遊憩業(海洋產業) 安全管理與交通改善

(二). 地方參與意見彙整

1. 在地產業深度訪談

(1). 訪談目的

為能更精確掌握長潭漁港及望海巷漁港區域內的產業發展現況，盤點長潭里現有的在地資源，如傳統漁業、現有餐廳、其他產業等等，瞭解當地商家及居民想要發展或轉型成什麼產業，以作為活化地方發展、改善困境的未來規劃依據。

(2). 訪談名單

- 名單來源：

  為了能夠掌握區域回饋之代表性，本計畫名單來源如下：

- 望海巷海灣住宿及餐飲業者
- 地方意見領袖：市議員、里長、社區主委
- 相關公協會或聯盟
- 在地標竿業者：海科館。
- 八斗子區域特色業者(有申請與運用基隆市府資源者)
- 上述受訪者推薦

(1) 擇選依據與名單：

本計畫透過實體訪查後發現，在地業者較為稀少，除了海科館外，多半群聚於長潭漁港與潮境公園的中間，以景觀餐廳為主。故本案針對這些餐飲業者採取全訪之方式進行訪談(願意受訪者)，為能盡量接觸到每個產業別之代表性業者，每個產業類別家數至少 1 家以上為原則，首次訪談對象總計有 16 位，訪談對象包含 2 位教育服務業者、1 位漁民團體代表、1 位前里長(現任議員)、長潭里在內之餐廳 6 家、潛水租賃店家 1 家、娛樂漁船業者 2 家與長潭里內之背包客棧 1 家，漁產業者 2 家。

根據前文次級資料蒐集與產業盤點分析，二次訪談以海洋教育與觀光休閒園區的概念出發，盤整區域內產業包括海科館、漁村聚落內伴手禮業、娛樂漁船與潛水租賃業者，透過深度訪談，瞭解個別產業發展狀況、脈絡與互動關係，訪談對象總計有 11 位，包含當地耆老 1 位，漁民團體 2 位，娛樂漁船業者 5 位，潛水租賃業者 1 位，伴手禮業者 1 位與教育服務業者 1 位。

綜整地方需求與未來發展性，109 年則更加收斂主題係以「漁業轉型(直售所)」「水域活動」「海灘貨幣」為主軸，透過個別訪談溝通，由當地居民與公協會自主提供可投入產業之作法與產生漁業趣點特色與漁村生活，並在訪談過程中，紀錄在地人才與潛在商機並滾動式調整修正。共訪談 11 個單位，其中有 9 位回答有關直售所之議題; 5 位回答有關水域遊憩之議題以及 3 位回答有關海灘貨幣之議題。名單如下表所示：

利害關係人	訪談單位	受訪者	日期
首次訪談			
教育服務業	海洋科技博物館	施彤煒	108 年 1 月 7 日
漁民團體	長潭里管理委員會	李振睿	108 年 1 月 7 日
石花菜業者	海女/石花菜業者	簡美珍	108 年 1 月 7 日
餐廳/小吃	漁娘船情	林素卿	108 年 1 月 7 日
娛樂漁船業者	全國娛樂漁船協會 昕海文創企業有限公司	項彥豪	108 年 1 月 7 日
民宿業者	女巫背包客棧	Gina	108 年 1 月 8 日
餐廳	瑪莉歐披薩店	老闆/老	108 年 1 月 8 日

利害關係人	訪談單位	受訪者	日期
		闆娘	
伴手禮業者	大方合展有限公司	老闆	108 年 1 月 8 日
娛樂漁船業者	龍之心海上旅遊	老闆娘	108 年 1 月 11 日
教育服務業	海洋大學	鍾政棋	108 年 1 月 11 日
潛水租賃業者	潮境天空	潛水教練	108 年 1 月 19 日
餐廳	希臘天空景觀餐廳	老闆娘	108 年 1 月 19 日
餐廳	水漾芭里	老闆娘	108 年 1 月 19 日
中正區議員	張淵翔	張淵翔	108 年 1 月 21 日
養殖漁產業者	萬順活海產	曾顏順	108 年 1 月 21 日
餐廳	Queen's Time 好時光餐廳	老闆娘	108 年 1 月 21 日
二次訪談			
地方耆老	地方耆老	林福蔭	108 年 5 月 8 日
娛樂漁船業者	微風 11 號	吳昆達	108 年 5 月 8 日
娛樂漁船業者	微風 11 號	吳昆達	108 年 5 月 17 日
石花菜業者	石花菜業者	簡美珍	108 年 7 月 2 日
漁民團體	長潭里管理委員會	李振睿	108 年 7 月 3 日
漁民團體	基隆中正產銷班一班	林素卿	108 年 7 月 3 日
教育服務業	國立海洋科技博物館	陳素芬	108 年 7 月 24 日
潛水租賃業者	潮境天空	林祐平	108 年 8 月 2 日
三次訪談			
餐廳/小吃	漁娘船情	林素卿	109 年 3 月 18 日
地方團體	長潭社區發展協會	鍾麗美	109 年 3 月 18 日
地方居民/業者	滿記海產	吳素玫	109 年 3 月 20 日
地方居民/業者	小卷業者	顏宏秋	109 年 3 月 18 日
漁民團體	長潭里管理委員會	李振睿	109 年 3 月 18 日
餐廳/小吃	八斗邀友善餐廳	戴秀真	109 年 3 月 18 日
環保團體	海湧工作室	郭芙	109 年 3 月 23 日
教育服務業	海洋科技博物館	陳麗淑 陳建宏	109 年 3 月 30 日
船潛業者	八爪魚海洋休閒有限公司	王銘祥	109 年 3 月 20 日
漁民團體	基隆市沿近海漁船協會	林新永	109 年 3 月 19 日
地方居民/業者	有意發展水域遊憩	林緯光	109 年 3 月 26 日

(4). 訪談議題

- 目前社區產業發展的型態與經營模式為何？
- 經營方面面臨到哪些課題與無法突破之困境？
- 地區發展軟體導入相關建議。
- 地區產業間之互動、依賴與衝突關係。

類別	意見彙整
目前轉型困境	A 漁民原有獲利模式固定，朝二三級發展需額外人力成本
	B.漁民較為守舊、溝通不易，且意見領袖帶頭擾動，需長期有 效溝通，以避免衝突與負面風向渲染。
	C.保育區與漁船航道目前以浮球界定，難以防範擅自闖入之潛水客，嚴重影響人身安全。
	D.傳統漁船轉娛樂漁船投入成本過高，資金面高達千萬，亦無 成功標竿可借鏡，誘因不高。
區域發展商機	A.海上遊程中，潮境景點僅為過路景點，較無話題性，需要以主題式進行包裝，豐富遊程吸金度。
	B.潛水客年破 3 萬，人數成長中，留宿與帶來之商機發展無限。
	C.獨木舟水域活動需求興起，可導入 SUP 立式划槳發展多元化體驗活動，延長顧客黏性。
	D.專業分工相互合作，海科發展生態導覽培力，欲投資該區域之水域活動業者則發展體驗活動。
	E. 餐飲旅宿文創商店服務量不足，無法促進觀光客多元消費。
	F.隨著臺灣走入高齡化社會，漁村人口老化，利銀髮族產業推 動。
在地服務需求	A.基礎建設如公廁、停車場不足，造成遊客與此區商家不滿。
	B.遊客交通動線流程有斷點，配合未來自行車步道落成，可鼓 勵業者投入電動自行車，將長潭里，望海巷、碧砂漁港與八 斗子商圈串接，形成一觀光廊帶。
	C.平浪橋缺乏指引與標誌路線，讓過客成為過客無法駐足感受 潮境海灣之美好。
	D.自行車步道過短，不利吸引單車族，改成散步步道欣賞海景 較為實用與大眾化。
	E. 垃圾山高過防波堤，居民的居住安全藏有潛大危機並容易汙 染海洋。

類別	意見彙整
	F. 當地居民反彈之聲浪，可帶領居民至成功漁港觀摩，以激發 居民想法並激發學習之動力。
	G. 因應觀光需求，需視法令需求扶植當地產業興起或吸引資金 挹注以促使政策法令作適當修正。
地區發展中產業	潛水業： 產業互動狀況 產業衝突情形
	伴手禮業： 產業現況 產業未來潛力
	教育服務業： 海科館正積極與異業結盟 產業未來潛力
產業主題發展	漁業轉型(直售所)
	水域遊憩
	海灘貨幣

2. 訪談內容分析

本計畫依據實地走訪與深度訪談之資料整理如下:

(1) 目前轉型困境

A. 漁民原有獲利模式穩定，朝二三級發展需額外人力成本。

根據長潭里管理委員李主委所述，漁民對於未來的改變與建設反彈聲浪很大，因漁民的年事都頗高，於長潭與望海巷漁港捕捉之漁獲多屬季節性漁業，夏季棒受網之飛魚卵、鎖管；冬季以延繩釣之赤鮹為主，較不適合於小吃店販售，當地餐廳也都與漁民不合無共同合作關係，漁民之交易流程也都有習慣的模式。

漁業加工方面，除了腹地不夠大，漁民也都較習慣大筆進帳，比較不習慣小筆累積，因此未發展漁產加工，主委口中的漁民似乎對漁業轉型方面皆頗為消極。

B. 漁民較為守舊、溝通不易，且意見領袖帶頭擾動，需長期有效溝通，以避免衝突與負面風向渲染。

從訪談中發現，在地發展一直停滯的原因除了漁民先前有被大財團欺騙的案例，當地漁民也都較守舊且意見分歧，對於新建設或規劃都先抱持著反對的態度，對於公共議題也無概念，根據大方合展有限公司黃彰琦所述，因聽聞望海巷對面用地將蓋大型飯店，部份居民反而較期待土地提升的效益，對於其他建設方面皆無期待。

漁娘風情的林素卿提及若有心想推動社區發展，仍礙於意見領袖意見不同而告終。如先前一直致力於推動社區營造、創造社區產業：風味餐與漁村導覽...等等，也有投政府的計畫，但因諸多原因，溝通協調...等等問題，始終未推動成功。

C. 保育區與漁船航道目前以浮球界定，難以防範擅自闖入之潛水客，嚴重影響人身安全。

於保育區的設置與潛水業的發展上，漁民與國立海洋科技博物館皆各執一詞，致目前為止尚無共識。

從漁民作業面來看，海女簡美珍與長潭管理委員李主委皆認為潛水客的出現不僅破壞了原有在地以海為生的居民在地權並造成漁民隱憂，之前曾有潛水客游入航道內導致傷亡案件，事後漁民便對潛水相當反彈。李主委認為國立海洋科技博物館設置保育區是為了增加來客數並切割漁民，漁民捕魚的量並不會影響海洋保育。

從教育服務端觀看，國立海洋科技博物館施彤煒主任則認為他們並無刻意發展潛水業，是因她們保育得當才吸引潛水客來，近幾年來國立海洋科技博物館與漁民已有多次溝通，但尚須顧及雙方利益避免過多的衝突與負面效益。

D. 傳統漁船轉娛樂漁船投入成本過高，資金面高達千萬，亦無成功標竿可借鏡，誘因不高。

隨著漁業的轉型，農委會漁業署早於 100 年 8 月已在八斗子漁港碧砂泊區建設示範區浮動碼頭，提供 7 船席供遊艇及娛樂漁船搭載乘客上船、下船使用，漁業署亦指出，每年從碧砂泊區搭娛樂漁船出海從事海上遊憩活動平均每年約 3

萬人次。又根據海巡署統計資料也顯示，96 年至 99 年期間搭乘娛樂漁船出海從事海上遊憩活動人數，每年約 82 萬至 117 萬人次，以每人每次消費 800 元計算，每年創造產值約 6.56 億至 9.36 億元。

長潭漁港生態復育有成，娛樂漁船之引進似乎為必然趨勢，但根據李主委提出當地漁民似乎對娛樂漁船的打造沒有很積極，因漁民的年事已高收益也足夠，娛樂漁船成本也約需 3000 萬，基於成本考量，大部分漁民不考量再投資娛樂漁船反而只想安享晚年。

(2) 區域發展商機

A. 海上遊程中，潮境景點僅為過路景點，較無話題性，需要以主題式進行包裝，豐富遊程吸金度。

根據龍之心海上旅遊老闆娘表示，潮境公園缺乏主題與話題景點可於海上觀賞，安排海上遊程經過潮境公園時，無具體的主題與故事可闡述給遊客們分享，僅能簡單解說潮境公園與保育區但卻乏視覺上的記憶點。瑪莉歐披薩屋老闆亦有提及潮境公園雖有漂亮海灣但地方特色與主題性都不夠吸引遊客慕名而來。

B. 潛水客年破 3 萬，人數成長中，留宿與帶來之商機發展無限。

施主任指出 107 年約有 2 萬 8 千名潛水客至潮境公園潛水，潛水產業的發展可望帶動觀光人潮，潛水人員需要之訓練場地皆可由國立海洋科技博物館負責提供。夜潛也是另一項發展潛能，可帶動民宿產業之興起，但潛水客之安全疑慮較高。

另外，潮境天空教練表示，因潛水客都於國立海洋科技博物館上方沖洗，有些潛水客不會再刻意到潮境公園用餐，可能直接離開，教練曾經建議可於國立海洋科技博物館上方設置小商圈供潛水客潛水完用餐，但目前國立海洋科技博物館禁止任意擺攤。

C. 獨木舟水域活動需求興起，可導入 SUP 立式划槳發展多元化體驗活動，延長顧客黏性。

因望海巷漁民為早期發展至今的傳統漁村聚落；港內船隻多在 50 噸以下，作業地點均在沿岸附近，收益比較低，可望轉型發展休閒漁業，如獨木舟。根據國立海洋科技博物館表示，獨木舟業者已於 107 年於望海巷漁港發展，將來會再擴增，未來可評估獨木舟業者與國立海洋科技博物館合作規劃生態遊程的可行性。

另外，本計畫也建議導入適合新手水域活動的 SUP 立式划槳海上活動，這是一項在任何有水的地方，幾乎都能從事這項運動，這就像一臺水上的腳踏車，只是腳踏車變成一塊板子、一隻槳，然後就可以準備探索新世界。還可以在 SUP 板上做 Yoga(漂浮瑜珈)，伸展緊繃的筋骨。

D. 專業分工相互合作，海科發展生態導覽培力，欲投資該區域之水域活動業者則發展體驗活動。

基隆因鄰近大臺北地區，具有地利之便並擁有豐富的漁產與具備生物多樣性的優勢，如能同時兼顧生態永續並推動觀光休閒產業，必能帶來觀光效益與傳遞民眾對於生態保育的重要性。國立海洋科技博物館施彤煒建議發展生態遊程，生態遊程需要之導覽人員皆可由國立海洋科技博物館負責漁村內之人才培育。

訪談中，國立海洋科技博物館表示租賃服務業也是一大商機，每年於長潭里潮間帶上生長之綠藻，綠意盎然、壯闊景觀皆會吸引大批觀光人潮到此遊覽，綠石槽上方相當滑溜，防滑鞋之租賃產業亦可為一項觀光服務，目前未有居民發展。

除潛水外，前里長張淵翔亦有建議在不破壞生態環境的情況下可增建海底隧道或是裝設海底攝影機直播海底世界讓旅客觀看海底祕密花園皆為可評估發展之觀光遊憩活動。

E. 餐飲旅宿文創商店服務量不足，無法促進觀光客多元消費。

長潭里管理委員李主委與女巫 Gina 皆強調此區商圈非常不足，餐廳種類稀少，李主委則表示此區餐廳都是咖啡廳與價格偏高之餐廳，缺乏港邊小吃店。此區餐廳之客源，多為家庭客或是老客人，近年增加之潛水觀光客或團體客皆不會於此地消費，若可促進商圈多元化，未來觀光收益將無可限量。

好時光老闆娘期望能整合潮境公園的餐廳店家一同推行銷活動吸引觀光人潮，並能推行冬季、專屬於基隆之活動帶來話題性。另外，民宿法已於 107 年通過，根據 Gina 表示，女巫背包客棧已正在申請民宿合法權，未來也將扶植女巫背包客棧轉型、加強在地服務能量並成為社區示範商家。

前里長張淵翔提出另可幫助漁民出書講述漁村生活的歷史與文化，讓漁民加強自身的認同感並讓旅客更認識漁村，如八斗子漁港有出過一版風雨海上人。瑪莉歐披薩店老闆則指出，此區除了漁民亦有其他居民和原住民，應也多加瞭解此地原住民歷史沿革、民情文俗、產業工藝...等等，不僅增加此區文化價值鏈，也將漁村週邊之遊憩資源與文創產業整合推廣並凝聚地方居民對於傳統文化之認同。

F. 隨著臺灣走入高齡化社會，漁村人口老化，利銀髮族產業推動。

因基隆腹地狹小且距離臺北不到 20 公里，銀髮族旅客逗留的時間也都不會太長，應推行短時間之旅遊規劃，前里長張淵翔建議可推行公共澡堂與 SPA，不僅能為當地銀髮族提供休閒交誼之場域，到漁村旅遊之高齡長輩們也能在享受美食、海景的同時也達到身體與心靈真正的放鬆。

(3) 在地服務需求

A. 基礎建設如公廁、停車場不足，造成遊客與此區商家不滿。

所有商家皆一致指出此區缺乏廁所設備，遊客到此地皆找不到廁所，很多遊客到餐廳也僅是借廁所，易造成商家許多麻煩。停車問題也是所有商家皆提出之問題點，根據瑪莉

歐披薩屋指出國立海洋科技博物館雖有停車場但收費過高，管理服務方面未達其收費標準。

B. 遊客交通動線流程有斷點，配合未來自行車步道落成，可鼓勵業者投入電動自行車，將長潭里，望海巷、碧砂漁港與八斗子商圈串接，形成一觀光廊帶。

近年來八斗子車站開放創造了新話題，但動線不足，從望海巷至八斗子車站並延伸至潮境公園皆尚未有交通工具，根據瑪莉歐老闆描述，八斗子車站，望海巷，潮境公園，八斗子商圈各個區域分區皆太明顯，建議未來可串接起來形成一觀光廊帶；大方合展有限公司黃彰琦也表示可能可以整合電動腳踏車租賃業者與目前正要運行之深澳腳踏車，吸引旅客深度旅遊望海巷至八斗子一帶。

瑪莉歐披薩店、女巫 Gina、與好時光餐廳老闆娘皆表示，2088 開通後，的確吸引不少外來遊客，但由於潮境公園外無設站牌，旅客無法直接抵達此地消費，2088 之設站點至潮境公園也缺乏明顯之交通工具。2088 的開通雖增進遊客量但住宿客反而下降，旅客可直接前往基隆市區住宿，應整合交通串連、女巫行銷推廣並增進此區服務能量以增加旅客於此地駐足時間。

去年龍之心海上旅遊與國立海洋科技博物館合作推出之海陸整合觀光行程 (漁村導覽+遊船)，因遊船需由碧砂漁港碼頭上船，但國立海洋科技博物館至碧砂漁港這中間的路線缺乏交通工具之接駁，未來如需推動海陸整合觀光行程，交通接駁之要素亦是需考量之重點之一。

C. 平浪橋缺乏指引與標誌路線，讓過客成為過客無法駐足感受潮境海灣之美好。

根據瑪莉歐老闆所述，潮境公園外之平浪橋缺乏指引與標誌路線，有些旅客開車行經此地不知平浪橋內有潮境公園，有些可能直接往新北市前進。應於平浪橋外設置簡單彩繪標誌吸引旅客進入潮境公園內消費。

D. 自行車步道過短，不利吸引單車族，改成散步步道欣賞海景較為實用與大眾化。

根據前里長張淵翔所述，他認為基隆腹地狹小，望海巷至八斗子車站的自行車步道太短不實用，單車族不會走這路線，普通民眾可能也無法騎的過癮，如改設置散步步道觀賞海景，就是簡單但又不可缺少之觀光設施。萬順活海產曾老闆也建議設置八斗子至潮境公園之散步步道供大眾飯後散步或的是放鬆心情。

E. 垃圾山高過防波堤，居民的居住安全藏有潛大危機並容易汙染海洋。

國立海洋科技博物館前身為垃圾掩埋場，垃圾堆積問題一直存在至今，前里長張淵翔表示日前發現有座垃圾山竟高過防波堤，居民的安全問題成為一大隱憂，期望先處理垃圾山問題，應先將它拉平至少不要高過於防波堤。之後要推行之海廢貨幣若更名為垃圾山貨幣或許更能符合在地需求與真正的解決當地垃圾堆積之問題。

F. 當地居民反彈之聲浪，可帶領居民至成功漁港觀摩，以激發居民想法並激發學習之動力。

訪談中前里長張淵翔也提到大部分之漁民生活需求都很穩定，對於任何漁村的改變或建設都頗為消極且反彈，建議可舉辦產業觀摩團至成功的漁港參訪，以激發漁民與不一樣的想法、觀念與學習的動力。

G. 因應觀光需求，需視法令需求扶植當地產業興起或吸引資金挹注以促使政策法令作適當修正。

因潛水客與漁民之間之爭議，李主委期望有相關法令保護漁民，遊憩產業要以不影響漁民維生生活為主訂定遊戲規則。

生態遊程方面，目前法令還未明令國立海洋科技博物館可規劃執行，未來應可評估國立海洋科技博物館的空間是否

符合住宿規範或是扶植當地旅行社的開業以促使相關法令能適度鬆綁以順應此區觀光休閒產業之整合推廣。

(4) 地區發展中產業

A. 潛水業

a. 產業現況: 長潭里內目前有一家廠商(潮境天空)於當地致力發展潛水產業，提供潛水客教學服務、器材租賃與沖洗設備租借。潛水客會透過揪潛水同學會(粉絲頁 diving mate.tw)預約潛水體驗活動，後臺小編即會根據顧客對潛水的瞭解程度與潛水證照，分配潛水教練與導潛員帶隊進行潛水活動。潛水活動有分為體驗(1 教練對 1 學員)、教學(1 教練 2 學員)、初階潛水員(1 教練 2 潛水員)與進階潛水員訓練(1 教練 4 潛水員)，潛水客群約集中於 30 歲左右; 學生則大部分體驗浮潛活動(租賃面鏡呼吸館 50 元)。體驗費用則落在 2000~3000 元之間(含器材租賃與保險費用)。

b. 產業互動狀況: 潛水活動會根據顧客需求，提供船潛服務，即與娛樂漁船業者合作，載運潛水客至海中特地地點潛水。因長潭漁港還未開放娛樂漁船配額，船潛客無法從長潭漁村出發，需帶隊至碧砂漁港，老闆曾經有找過當地(望海巷漁港)娛樂漁船合作(寶馬號與海洋名星號)，但寶馬號船主雖有潛水教練執照，但對海象不熟; 海洋明星號則是合作價格談不攏，皆未能成為長期合作對象。(娛樂漁船若要載客潛水，船隻需配有潛水牌照，船長也需至漁會受訓) ，目前已有愈來愈多娛樂漁船業者領有潛水牌照， 期盼能與潛水業者合作推動多元潛水產業。

c. 產業衝突情形: 漁業與潛水產業衝突情形已是公開之事實，例如: 通常若有教練帶潛水活動時，大部分僅限於岸潛，但自由潛水員(水肺潛水)，少數自由潛水員會將身體掛於漁船分隔浮球上休息，非常危險。潮境天空老闆極力想推動之夜潛也遭居民強烈反對，雙方各執一詞。

B. 伴手禮業

a. 產業現況: 長潭漁村具代表性伴手禮產品為石花菜，目前有海女簡美珍女從事此產品販售，然而石花菜之原料捕捉需要下海，為高勞力密集需求之產業，當地人口老化居民整體體力不如從前，且無接班人，未來恐為消失的產品。訪談中得知簡女士有意改善商品，朝精緻文創方面發展以應付勞力不足的缺點。

b. 產業未來潛力: 石花菜為漁村代表物，其商品化的價值，應整合基隆現有資源，海洋大學、海科館與漁村媽媽體驗活動，藉由現場曬乾、洗滌與烹飪石花菜之方式，推廣漁村在地產物。

C. 教育服務業

a. 目前有海科館正積極與異業結盟，透過遊程整合，於海科場域辦理合作展覽發行套票等模式推廣海洋教育；對內強化軟體服務以及教育訓練，擴充海科館可展示資源，並匯集在地人才資料庫在館中展出，提供區域人才謀合平臺。

b. 產業未來潛力: 由海科館領頭以海洋休閒為軸心，串聯政府、鄰里與漁港結盟，求外援促進資源與產業結合，藉由海科館的發展推進城市發展與提升基隆知名度。目前計畫推動與周邊商界結盟整合行銷，舉辦海廢回收等教育活動促使民眾了解生態保育重要性，並匯集周圍鄰里之在地伴手禮與手工藝品於館內展售，協助推動地方產業文化。

(5) 產業主題發展

A. 直售所

直售所議題共訪談 9 個單位，皆認為長潭發展產地直售所是有潛力的但須與漁會有市場區隔，目前長潭在地的漁獲皆送往崁仔頂市場(也有部份送往臺北中央市場)，須扣掉佣金(基隆崁仔頂 5%; 臺北中央市場 6%)、運費與卸貨費即為利潤，也有少量會販售給熟客，其中有 4 個單位販售通路較廣，顏宏秋小卷攤販有固定販售給南部遊覽車團和北部長者，另外 3 個單

位(八斗邀餐廳、王銘祥船長與滿記海產)則有透過網路平臺販售漁獲。所有受訪者皆對直售所建置場地無想法，素卿媽則建議可設置拍賣漁市，每週定期於指定地點搭臨時棚拍賣。

B. 水域遊憩

5 位受訪者皆贊同水域遊憩發展且認為不會影響漁業，因遊憩活動僅集中於夏天白天，晚上漁民可出航，冬季漁業也不受影響，惟水域遊憩之安全與規則較有爭議，漁民主委與海科館皆建議須訂立明確水域遊憩行為規劃，以維護海灣遊憩安全與品質。

C. 海灘貨幣

3 位受訪者皆贊同海灘貨幣推廣理念但於基隆發展之可行性則備受懷疑，海科館認為須先釐清海洋貨幣推廣之目的，若目的為促進產業發展，擬定貨幣之機制即須朝向經濟面向規畫; 但若只是海洋公民科學家概念，即沒有設置貨幣的必要性，較如同公益作用，參與淨灘或於指定店家消費即可獲得海科館門票折抵..等。智慧化部分，有 2 位業者質疑虛擬化實現之可能性，先前海湧工作室曾在小琉球推動「琉島傳奇」環保手遊，但反應不佳，使用者多為在地業者，消費者參與率低，APP 下載誘因也不足; 八斗邀老闆娘也認為誘因缺乏會導致使用率無法提升包含店家參與率與消費者拿到虛擬貨幣後如何促使他們廣泛使用...等。

3. 公聽會(說明會)辦理

(1). 辦理目的

本計畫所處望海巷海灣海域，為生態休閒活動場域，基隆市政府透過中央資源的申請，以硬體建設、軟體導入的方式，將區域發展層次提升至海洋科技園區運籌基地，於硬體建設的進行下，為能讓供給端能夠銜接市場需求，為地方居民提供就業與創業之機會，本計畫希冀透過社區的角度，找到居民集體生命經驗，爰規劃「場域規劃公聽會(說明會)」活動，與在地居民、團體分享望海巷海灣的變化與成果，更希望建立與在地居民雙向

交流的平臺，由下而上蒐集在地民眾對於望海巷海灣現在及未來發展之期待與建議，以作為基隆市望海巷海灣串聯計畫場域規劃之參考。

(2). 辦理對象

以長潭里與望海巷區域廊帶之利害關係人之居民、地方團體組織等，如：在地居民、餐飲業者、旅宿業者、運動及休閒娛樂服務業者、相關公協會代表、機構團體及有意返鄉或投資在地之潛力業者。

(3). 議題操作策略

為了讓議題回饋更為聚焦，本計畫以「轉型或升級」之成果論回推議題設計，如創業開民宿或餐飲、轉型娛樂漁船事業、發展地方特色產品、漁村導覽創意遊程等，以一次一個議題的方式，讓有興趣投入此議題的業者或居民來參與，透過議題的回饋收集轉型或升級迫切需要被解決之困境，據以研擬對策，於下次會議中做說明。

(4). 時程內容:

場次	辦理時間	議題	執行成果
1	107 年 12 月 27 日	整體計畫說明	34 人參與
2	108 年 4 月 25 日	區域發展藍圖說明	30 人參與
3	108 年 8 月 16 日	長潭望海巷海灣產業合作方案 (36 小時輕旅行)	54 人參與
4	108 年 9 月 16 日	產業深化輔導與解決方案	40 人參與
5	108 年 12 月 20 日	海灣未來進行式—年度回顧與展望	31 人參與
6	109 年 4 月 30 日	漁港、漁村轉型契機	30 人參與

場次	辦理時間	議題	執行成果
7	109 年 6 月 4 日	水域遊憩轉型	53 人參與
8	109 年 9 月 22 日	專家諮詢會議	12 人參與

(5). 107~108 年執行成果

自 107~109 年，累計辦理場域規畫公聽會(說明會) 7 場次，參與人數計有 265 人次，對象包含在地居民、周邊業者與相關社區公協會。居民一開始對地區轉型之議題相當反彈，產生許多誤會甚至不願簽名，故辦理多次說明會，召集居民、業者與公協會輔以個別訪談溝通，居民態度漸漸軟化，漸漸對於望海巷海灣之未來發展產生期待與興趣。前期說明會以蒐集在地困境與迫切問題為會議主軸，後期說明會以產業串聯合作與轉型方案為主要議題進行討論並作為地方發展與未來規畫之依據。

4. 社區工作坊辦理

(1). 辦理目的

本計畫配合望海巷漁港活化進而促進在地產業活絡規劃，特別邀請在地權益關係人參與，包含產官學界、民意代表、長潭里長及當地里民，以及有意願者投入在地特色產業經營者，共同參與本工作坊。議程安排希冀切合長潭里與望海巷漁港未來定位與發展，發展地方限定商品及服務，進行可行性討論並初步評估。

(2). 辦理對象

依據每次工作坊主題內容，邀請相關領域的在地業者、地方機構、公協會組織、社區營造團體、有意返鄉或留鄉之青年、學研單位、技術合作廠商等進行討論，開放在地居民參與活動。

(3). 主題規劃策略

為能發展地方限定品牌、創造未來的關係人口，本計畫工作坊之主題規劃策略係以「特色遊程實作」為主軸，透過地方特色及趣點元素的挖掘，如漁業文化、海洋資源保育及利用、生態導覽解說、漁村特色料理、耆老

職人等，據以設計為創意遊程體驗項目，依據參與者、在地觀察者或地方發展關注者之意見回饋，滾動式調整設計內容，從不斷的修正中找出示範性遊程與相對應的示範業者，媒合或交棒給在地組織或移居投資者，促進區域經濟效益。

(4). 辦理內容

場次	辦理時間	主題	執行成果
1	108 年 3 月 20 日	漁村經濟活化 (行動工作坊)	20 人 參與
2	108 年 6 月 18 日	傳統漁村不傳統 聽在地囡仔說故事	64 人 參與
3	108 年 8 月 27 日	跟斜槓漁夫同遊生態海上觀光	29 人 參與
4	108 年 10 月 9 日	海洋廢棄物議題討論會議	15 人 參與
5	108 年 10 月 21 日	漁村人才接力系列課程─說故事的人~漁村導覽解說培訓	27 人 參與
6	108 年 10 月 21 日	漁村人才接力系列課程─直售所漁貨初級加工和包裝	30 人 參與
7	108 年 11 月 1 日	漁村人才接力系列課程─漁村風味餐創意料理開發	37 人 參與
8	108 年 11 月 1 日	漁村人才接力系列課程 ─DIY 體驗教學	31 人 參與
9	109 年 3 月	個別訪談(疫情影響)	訪談 11 位
10	109 年 4 月 30 日	直售所媒合會	29 人 參與
11	109 年 5 月 13 日	海廢貨幣服務模式設計	33 人 參與
12	109 年 5 月 14 日	在地水域活動營運模式探討	23 人 參與
13	109 年 6 月 5 日	在地小旅行 (里海、綠色旅遊)	28 人 參與

(5). 108~109 年執行成果

108~109 年共計辦理社區工作坊 12 場次，參與人數共計 377 人次，對象包含在地居民、周邊業者、專家學者、一般民眾、部落客、旅行社以及相關社區公協會。

為能發展地方限定品牌、創造未來的關係人口，108 年社區工作坊共辦理 1 場行動工作坊，踏點社區秘境景點; 2 場特色遊程實作，特色遊程一為「傳統漁村不傳統 聽在地囡仔說故事」，另一特色遊程為 「跟斜槓漁夫同遊生態海上觀光」，透過地方老船長帶領，挖掘地方漁業文化、海洋資源保育、生態導覽以及漁村特色料理等，設計不同遊程體驗項目; 接近年底時則接續辦理 4 場社區培力工作坊，以社區課程方式，挖掘自身資源、補足觀光能量缺口、鍵結消費者、漁業人員和學術單位等三方專業資源，課堂學習途中也依據學員之學習狀況，直接且快速調整其施作方方式與內容。109 年則以經濟與區域發展為主軸，分成三大主題漁業轉型(直售所)、環保意識(海廢貨幣)以及觀光休憩產業(水域活動)與居民、業者、機關團體作密集的討論與交流，深化在地特色，擾動地方團體，以作為評估地方創生與新興產業發展之可能性。

5. 社區共識營

(1). 辦理目的

為串聯長潭漁港及望海巷整體規劃與時俱進貼近需求，透過年度辦理之場域規劃說明會及社區工作坊之結論議題作為架構，並有效的結合既有在地環境資源，探究其產業可能衍生的契機，辦理社區共識營，邀請地方團體與產學研共同參與，藉由集結眾人意見集思廣益、激發共識能量，以全面性、前瞻性、突破性的思維，解決政策推動目前的問題與預見未來的機會，作為發展長潭漁港與望海巷的產業規劃藍圖與需求方案，打造生產、生活、生態三生一體社區產業發展模式。

為能推動漁村聚落特色產業發展，提升產業發展創生能量，規劃透過現場實地觀摩業者理念之深入分享，參考他人成功經驗，提升漁村聚落自主改善能量。

(2). 辦理對象

以地方政府主管機關、學術團體、海岸在地服務產業鏈之相關業者、青創代表、在地經理人、文史工作者、相關公協會等領域學者專家為優先參加對象。

(3). 規劃策略

依據在地創生推動經驗，進行共識營之課程結構設計，並掌握參與者之需求及分析，提升學員對地方創生的認知，協助培育在地人才，藉此發展觀光與地方產業，可以讓大家體會到地方上的力量，並透過地方產業各利害關係人與熱血青年的共同參與及經驗分享，讓參與者深刻體會地方的文化活力與精神。

場次	年度	主題	地點	執行成果
1	108 年 10 月 16-17 日	地方創生案例觀摩-1	花蓮洄游吧	共 27 人參與
2	109 年 6 月 10-11 日	地方創生案例觀摩-2	東港琉球嶼	共 35 人參與

(4). 觀摩場域一: 花蓮洄游吧

花蓮縣位於臺灣東側，太平洋左岸，北接宜蘭，南臨臺東，是臺灣面積最大 的縣市。轄區內擁有中央山脈與海岸山脈，山岳面積廣大、幅員狹長，花蓮縣深受自然及地理環境與交通不便等因素，產業發展條件無西部區域彰顯，以及人口外移與老化，但相對現今花蓮縣區內保有著豐富的環境資源，其秀麗山水、多元人文特色，發展低碳交通運輸，以地方產業及社區發展在地特色，打造各鄉鎮地方自明性。

再者，隨著國人休閒與保育意識興起，漁業不再僅是捕撈海洋資源來換取收益的初級或加工產業，而是值得國人參與體驗及深入瞭解的多元化產業，隨著國人對旅遊需求的與日俱增，海洋休閒觀光也逐漸受到關注，透過傳統漁業轉型休閒漁業經營，永續運用地域資源、漁業文化及在地物產，也為漁村經濟提供轉型的契機。

108 年社區共識營前往花蓮參訪洄遊吧、黑潮海洋文化基金會、七星柴魚博物館，該觀摩場域串聯了花蓮的海洋文化資源、漁業及七星潭沿線及地方特色產業等，驚奇的海上賞鯨旅程及陸上漁村生態導覽體驗活動多元豐富。此外，在地企業(宗泰食品公司-七星柴魚博物館)帶領，串聯社區周邊產業，強化共好平臺地方創生產品的在地文化風格，讓青年返鄉創業，讓七星

城鄉特色產業向下紮根向上發展。

觀摩場域	觀摩重點
洄遊吧 Fish Bar 	• 從體驗活動「七星潭摸魚趣」，反思望海巷海灣如何串聯周邊資源或挖掘自身資源，豐富體驗活動。 • 以環境友善的定置漁法捕撈魚類，從永續的角度出發選擇洄游性魚種，並以中央研究院規範的「臺灣海鮮指南」為指標，避免捕撈紅燈等級的魚類，反思望海巷海灣建立漁貨直售所的定位與經營模式。
055 龍哥斯特海鮮餐廳 	• 龍哥斯特 (法文: LANGOUSTE 龍蝦)，產品與專業漁船合作，商品則以新鮮、健康、限量為主。 • 網路創立了一個平臺，分享海鮮的知識與提供新鮮的食材、料理方式。海鮮食材經過零下-24 度的保鮮與封膜、真空包裝，保持最佳食材品質。
黑潮海洋文化基金會 	• 黑潮海洋文教基金會於 1998 年成立。 • 從鯨豚調查記錄工作為開端，進而以「關懷臺灣海洋環境、生態與文化」為宗旨，傳達與實踐海洋保育理念，期待讓大家親近、認識而珍惜海洋。
七星柴魚博物館 	• 觀摩重點：七星柴魚博物館 透過城鄉共好平臺營運模式，以文化體驗設計、體驗服務加值、體驗活動開發、數位雲端平臺建置及創生人才培育五大具體推動策略。 • 分享七星柴魚博物館的品牌故事、重生改建的歷程、地方串連的經驗、主題市集推動與地方創新做法的經驗交流。 • 讓消費者對七星創造場域空間感受具體驗化、產品故事化、品牌形象優質化，反思望海巷海灣如何定位場域意象。 • 結合深度及自主性旅遊趨勢，提供數位與服

觀摩場域	觀摩重點
	務體驗內容延長消費行為，現行的望海巷海灣產業發展上要突破的困境為何？

(5). 觀摩場域二: 東港琉球嶼

109 年社區共識營前往東港琉球嶼，以觀光休憩產業與循環經濟為核心，擇選生態環境場域相似以及目前已成功推動海廢貨幣與無塑教育之地點，進行實地觀摩學習、交流與體驗，參考他人成功經驗，刺激漁村聚落自主改善與轉型，並初步研擬行動方案作為未來推動方針。

東港漁市

東港是台灣知名的漁鄉，也是鮪魚產量最大的漁港。鮪魚、旗魚、櫻花蝦是銷日的主要產品。各種近海現撈魚、遠洋拖網魚、鮪魚、旗魚、蝦類等不同漁獲分別於不同時間、不同拍賣場拍賣。拍賣時叫賣的技巧與方式非常有趣，得標後立刻在魚身貼上標單、過磅、清洗、上車、鋪碎冰。

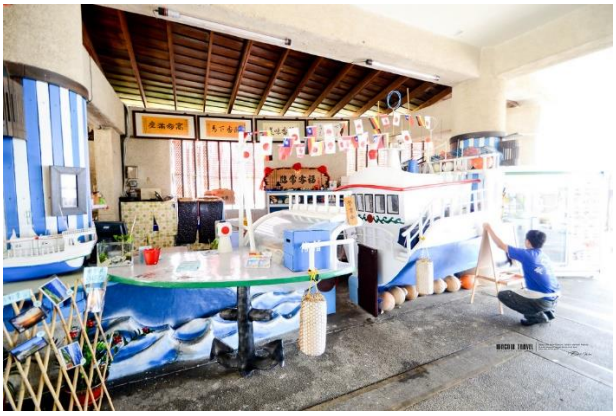
參訪亮點：

●東港華僑市場周邊

●東港漁市拍賣喊魚

	小琉球無塑低碳島示範計畫 2018 年環保署與屏東縣政府啟動，在島上設置飲水機(小琉球飲水地圖、減碳飲水機)，串連島上 19 家業者推動「琉行杯」租借服務(琉行杯共享行動) 針對減少塑膠製品及降低碳排放量 2 大目標，打造無塑旅行、低碳旅店：帶著環保杯裝飲用水、使用便當盒買海龜燒等，也品嘗在地減塑餐廳的料理、入住環保旅店，體驗帶著環保餐具的永續旅遊
	海湧工作室 「海湧 Hiin」，就是台語的海浪之意，有著希望眾人之力，傳遞引發更深層的效益。發動淨灘、生態旅遊、講座、研發、環保商品、回收商合作、發行海灘貨幣等行動。 參訪亮點： ●海灘貨幣運行方式 ●合作店家實際參訪
	青瓢環保容器租賃系統 青瓢共同創辦人：林志龍 青瓢成立於 2016 年，租借系統設計、借杯流程的規劃、設備器具提供建議、後端系統數字意義的分析、系統問題疑難雜症排除，帶來更有品質的環保體驗。青瓢不只是出借餐具 而是共享環保體驗！ 參訪亮點：

	●小琉球琉行杯概念說明與借用 ●計數型飲水機概念說明與參觀
台灣咕咾嶼協會 Taiwan Lóo-Kóo Yu	**台灣咕咾嶼協會** 我們關注海洋跟環境的議題，以守護海洋為目標，從事環境教育與減塑概念推廣，並培養關心海洋生物與環境保護的公民科學家，以共同響應海洋守護行為。 參訪亮點： ●小琉球海洋監測公民科學家培育工作坊(培養在地民眾成為第一線監測海洋環境的公民科學家)
	「琉島傳奇」環保手遊 串聯島上 72 家友善環境店家，由店家自發性提供獎品，鼓勵遊客響應自備餐具、退回房間備品等環保行動，從源頭開始垃圾減量。 參訪亮點： ●商家串聯與共識凝結

	●商家實際推動情形分享
	**琉球番日式料理** 完整的把小琉球當地特色融入在料理之中，要讓前往的旅客可以享受到真正的在地才吃的到的美食！
	杉吉商行 boxed meal 海島味餐盒便當，用料非常豐富，充滿小琉球味的海陸便當吧「杉吉商行」也主動提供保鮮盒的租借，希望減少一次性餐具的使用，自備餐盒的話，可以折價 5 元，堅持為小琉球的環境盡一份心力。
 	【琉球商圈訪視】 **Hibula・奶茶創意飲品** 小琉球第一家開始租借杯子的無塑環保商家，免費租借環保杯子及環保提袋，減少塑膠的使用 **鋁行者** 用鋁罐做飲料的手搖杯飲料店 **海洋甜心** 外帶直接提供環保餐具 **五點燒烤** 採無煙燒烤設備，餐廳響應環保未提供一次性餐具，僅提供每人一副餐具

二、 深度訪談摘要紀錄

受訪人	施彤煒	**單位**	國立海洋科技博物館	**日期**	2019/01/07
職稱	副研究員兼主任	**地點**	國立海洋科技博物館	**填表人**	童佩嘉
訪談內容摘要	1. 國立海洋科技博物館期望此地可發展觀光產業並和漁業共同合作，但國立海洋科技博物館不能偏離教育主軸僅能擔任示範角色，吸引在地漁民自主經營。 2. 國立海洋科技博物館的中旨為終身教育，不是商業經營，但觀光產業發展的人才優化以及教育訓練需要的場地可交由國立海洋科技博物館執行。 3. 主任提出其中幾項產業發展建議並期望在生態永續的前提下發展產業(生態觀光和傳統漁業平衡): 生態遊程/獨木舟/浮潛&潛水/防滑鞋租賃/娛樂漁船/夜潛 (1). 生態遊程: 生態解說的課程可由國立海洋科技博物館規劃並訓練漁民 (2). 獨木舟: 107 年已有 6 家獨木舟業者進來，獨木舟在望海巷漁港設置較適合，獨木舟業者也可與國立海洋科技博物館合作，國立海洋科技博物館負責生態導覽解說(生態解說目前禁止，法令還未鬆綁) (3). 浮潛/潛水: 107 年潮境公園已有約 2 萬 8 千名潛水客，潛水教練需要 3-4 年的培訓期，訓練場地國立海洋科技博物館可提供。 (4). 防滑鞋租賃: 已有建議過當地里民，但未有居民發展。 (5). 夜潛: 夜潛也許可催化民宿業者興起。 4. 潮境公園內的餐廳業者皆無使用當地漁產，因業者與漁民處不好，另因業者不會處理活海產。				
備註	國立海洋科技博物館認為潛水客是因為他們保育成功才吸引他們來				

受訪人	李主委	**單位**	長潭里管理委員會	**日期**	2019/01/07
職稱	長潭里主委	**地點**	長潭里漁民活動中心	**填表人**	童佩嘉
訪談內容摘要	1. 漁民對於未來的改變與建設反彈聲浪很大，因對他們無助益也無法達成他們的要求，但如果能帶來觀光潮，他們也沒有意見。 2. 望海巷的漁民都只有近海小漁船，無大型船也沒有轉型過，收益比較低。 3. 漁民對於娛樂漁船沒有很積極，因漁民年紀偏高，娛樂漁船的成本也要價高達 3000 萬，加上漁民平時的收益已足夠，大部分不會考量造一艘娛樂漁船只想安享晚年。 4. 漁業部分，這邊的捕撈的漁貨在小吃店販售不吃香，交易模式也有一定的流程，所以大部分漁民不會考慮轉型；漁業加工方面，因腹地不夠大，漁民也較習慣大筆進帳，比較不習慣小筆累積，因此無發展漁業加工。 5. 主委認為此處缺乏港邊小吃店，僅有餐廳與咖啡廳。 6. 漁民認為國立海洋科技博物館發展潛水業是為了增加來客數，另增加了保育區是為了切割漁民，因之前有過潛水客游入航道內，造成傷亡案件，漁民對於潛水相當反彈。漁民希望有相關法令保護漁民，遊憩產業要以不影響漁民生活為主訂定遊戲規則。				
備註	居民希望漁民活動中心的設備可以加強，空間可以優化。 居民希望上架場維持原樣(還是有 30-40 艘船需上架整修)，僅需美觀就好，國立海洋科技博物館與漁民環保問題上各執一詞。				

受訪人	項彥豪	**單位**	昕海文創企業有限公司	**日期**	2019/01/07
職稱	執行長	**地點**	昕海文創企業有限公司	**填表人**	童佩嘉
訪談內容摘要	1. 娛樂漁船業者，在碧砂漁港與梧棲漁港皆有船隻營運，未來可與此間公司合作於長潭漁港一帶發展娛樂漁船之示範業者。 2. 老闆亦有經營餐廳，未來計畫上如需場域舉辦社區工作坊或任何會議，皆可與老闆接洽合作。				
備註					

受訪人	林素卿	**單位**	漁娘風情	**日期**	108.1.7
職稱	老闆	**地點**	漁娘風情	**填表人**	林子毓
訪談內容摘要	1. 長潭里居民思想多為保守，意見也分歧，居民對公共議題也幾乎無概念，在地真正想發展的居民實為困難。 2. 政府在周邊配套設施沒有妥善規劃，光基本停車、廁所就是一大問題。 3. 很多想要推動的事物，因為卡在當地社區發協會與里長等等人事，因而有許多阻礙。 4. 曾經在社區協會擔任過幹部，有投政府計畫，想讓在地居民不光只是會從事一級產業，甚至想讓居民有第二專長，退休後依然有事情做，但始終沒有做成功。				
備註					

受訪人	Gina	**單位**	女巫背包客文化體驗館	**日期**	2019/01/08
職稱	女巫管理員	**地點**	女巫背包客文化體驗館	**填表人**	童佩嘉
訪談內容摘要	1. Gina 為臺中人，海大畢業後來到女巫工作一年多，本身非常熱愛潛水是潛水員，在碧砂漁港也有艘遊艇在營業，明年 3 月後將會離開女巫自行創業。 2. 女巫目前為背包客文化體驗館，還不是民宿，但一樓有營業登記；配合民宿法通過，最近已經正在申請民宿中。(二樓有 6 個上下舖;三樓有雅房;收費方式 500 元/人，採自助式入住) 3. 女巫一開始創立時，居民十分反對，經過一年的磨合，目前算是穩定；主要客源是外國背包客口碑相傳。(冬季的客人非常少，幾乎是 0) 4. 隔壁是漁工宿舍，外勞頗多，移工問題有待解決。 5. 2088 開通後，遊客量有增加但住宿客減少，之前有考慮過轉型為潛水旅店，但此區的周邊商圈非常不足。 6. 這裡的閒置空間不足，很多地方看起來像閒置空間其實是漁寮。				
備註					

受訪人	瑪莉歐披薩屋	**單位**	瑪莉歐披薩屋	**日期**	2019/01/08
職稱	店長	**地點**	瑪莉歐披薩屋	**填表人**	童佩嘉
訪談內容摘要	1. 老闆是從臺北過來基隆已 20 多年，這間餐廳經營了 5~6 年，餐廳客源夏季與假日較多，以家庭式與老客人(臺北來)為主；潛水客與遊覽車來的顧客不會在此消費，背包客偶爾會來消費，遊覽車來的顧客與很多散客只會來借廁所，造成他們許多麻煩。 2. 老闆認為這裡基礎建設相當不足，國立海洋科技博物館停車費過高、管理也沒有達到收費標準(停車費過高對餐廳生意也有很大的影響)，沒有廁所是很大的問題；夜間燈光設施也很不足，有治安隱憂；老闆認為可以種種樹與規劃椅子都很好，如果像淡水那樣可以賞夜景也不錯。 3. 2088 開通後，對這裡生意有點助益，但老闆認為 2088 路線設站沒有設在潮境公園很可惜；郵輪下來的外國客希望能也有小巴士能將外國客吸引過來。 4. 平浪橋外應有一些指引，指引客人進入潮境公園內消費；八斗子車站到潮境公園這段動線也很不足，沒有任何建設；八斗子到潮境公園也無串接，各個地方分區太明顯。 5. 老闆認為這裡主題不足沒有特色也沒有活力，設備也很糟；餐廳與餐廳之前也無任何交涉無共同利益；原本以為國立海洋科技博物館的設立可以帶來生意，但沒有什麼影響;國立海洋科技博物館請藝術家設計的裝置藝術到冬季也已壞光，他們已有萌生離開的念頭。 6. 老闆建議不要太在意漁民的想法，應多瞭解此地其他居民的歷史文化背景(此地有些原住民)並直接規劃;海廢貨幣希望不要只限團體；硬體部分建議如可以的話，有個 50m 海底隧道，如同水族館(屏東海生館)。				
備註					

受訪人	老闆娘	**單位**	龍之心海上旅遊	**日期**	2019/01/11
職稱	老闆娘	**地點**	龍之心海上旅遊	**填表人**	童佩嘉
訪談內容摘要	1. 目前營運中船隻有 3 艘(2 大 1 小)，以電話預約為主；客人以團客與釣客為主(高年齡層團客；頁間釣客年齡層較年輕)，散客幾乎沒有，客源也會比較集中於夏季，白天做觀光遊程，晚上主要接釣客團。 2. 企業團體遊客也不少，會客製化企業團體套裝遊程，例如：遊船+釣魚+自助吧+觀光遊覽，宣傳方式透過口耳相傳，無特別宣傳(如廣告與臉書..等)。 3. 目前熱門出船遊程為: 碧砂漁港出發經過潮境公園後到象鼻岩之後回程，老闆娘提到潮境公園缺少主題性與包裝景點，船開過去時常沒有解說內容，僅能簡單介紹潮境公園與保育區。 4. 娛樂漁船營業方面，15~20 人才會開船並以預約為主，出船後因有風險考量不會讓旅客下船遊覽，除非有特殊需求與活動才會開放遊客下船觀光(之後基隆嶼開放觀光後，會有旅客下船的行程規劃)；如要載潛水客會希望載專業潛水團體以避免危險發生。 5. 龍之心與其他海上旅遊公司的差異為多元與客製化的行程，除了遊程會加上釣魚與自助吧享受行程)，另外也很注重旅客的安全與旅客遊程中的舒適度。 6. 去年有與國立海洋科技博物館合作推海陸觀光行程 (漁村導覽+坐船)，中間需有接駁車接送(國立海洋科技博物館至碧砂漁港)；今年深澳腳踏車也有來談未來的海陸整合計畫遊程。 7. 如未來要行銷會希望行銷觀光漁船的部分，釣客客源很固定不需特別行銷。 8. 行動之付方面，因目前都無散客，付款方式都以櫃臺結帳為主；之前 Gomaji 有來談合作的可能，但因抽成率太高後來無合作；不排斥未來與活動通合作擴大客群服務與掃描 Qr code 的簡易結帳服務。				
備註					

受訪人	鍾政棋	**單位**	海洋大學	**日期**	2019/01/11
職稱	教授	**地點**	海洋大學航管系教室	**填表人**	童佩嘉
訪談內容摘要	1. 教授提到基隆的基礎建設相當不足需加強。 2. 先前都是在做科技技術面方面的研究，未來希望有產學應用合作計畫 。 3. 遊輪來基隆港每年約有 7-8 成會停靠基隆港，旅客大約會停留 3 小時，但很多都被載往臺北故宮...等等，教授建議要有岸上行程規劃，讓旅客於基隆駐足消費。 4. 基隆需發展地方限定商品/餐廳/景點讓自由行比例提升。				
備註					

受訪人	黃彰琦	**單位**	大方合展有限公司	**日期**	108/01/08
職稱	負責人	**地點**	中衛發展中心	**填表人**	邱穗明
訪談內容摘要	1. 近年八斗子車站成功創造話題，來往的旅客大多來自外地，建議將重點輔導工作放在海洋教育中心(獨木舟)、潮境天空(浮潛)、餐廳及民宿，或可能整合電動腳踏車租賃業者，吸引旅客可深度旅遊望海巷至八斗子一帶。 2. 就在地觀察，長潭里在地居民較為保守，且因為傳聞望海巷對面用地將蓋大型飯店，居民可能較期待土地價值提升的效益。 3. 雖然民宿法通過對地方轉型帶來契機，但申請主體是否可符合規定建物及土地使用規範需在釐清。				
備註					

受訪人	潛水教練	**單位**	潮境天空	**日期**	2019/01/19
職稱	潛水教練	**地點**	潮境天空	**填表人**	童佩嘉
訪談內容摘要	1. 目前老闆是名潛水教練，不是在地人，來潮境公園致力於復育珊瑚，贊同保育區的設置，老闆目前有培植當地的年輕人，希望未來此間潛水租處能由他接手。 2. 潮境天空原是餐廳，房東原本想轉型為民宿但因法規元素，將此場域租借給現任老闆做為潛水租賃設備與沖洗處。 3. 顧客都集中於夏季 6-9 月，老闆無特別行銷，顧客都來自於口耳相傳並於網路預約，潛水客大部分都早上來早上就離開，因潛水客都於國立海洋科技博物館上方沖洗，有些潛水客不會下來潮境公園用餐，教練曾經建議可於國立海洋科技博物館上方設置小商圈供潛水客潛水完用餐，但目前國立海洋科技博物館禁止任意擺攤。 4. 潛水客如留於此地用餐，都會去漁娘風情，因此間餐廳菜色種類較簡單與低價。 5. 潛水教練認為國立海洋科技博物館不應都閉門規劃活動，讓居民覺得不被尊重:例如: 每次舉辦活動就封橋、封路，造成居民的困擾；潛水教練認為所有的海洋觀光活動都應讓居民參與。 6. 老闆表示當地偷抓魚的為當地人，潛水客因都帶著相機拍照不會去偷抓海底生物。 7. 老闆建議應協同居民一同發展海洋觀光，讓當地居民直接獲利並慢慢接受改變： (1). 期望有個小場所收集並加工當地的小船漁貨，推行本港限定新鮮漁貨。 (2). 當地之石花菜應有故事包裝，讓故客體驗石花菜的採集，瞭解海女背後的故事...等等，不應只是販售石花菜。				
備註					

受訪人	老闆娘	**單位**	希臘天空/水漾芭里	**日期**	2019/01/19
職稱	老闆娘	**地點**	希臘天空/水漾芭里	**填表人**	童佩嘉
訪談內容摘要	1. 不管平日或假日，天氣好的話，生意都很不錯。 2. 客源包含基隆在地與外來觀光客皆有，夏季潛水客也會進來用餐。 3. 實地觀察(店內觀察 2 小時)，客人流量頗高，過了用餐時段，也還是有生意。 4. 老闆娘表示這 5~6 年來，潮境公園都沒有什麼變化。 5. 海風小徑原是當地居民經營，整修後將由老闆娘接手經營。				
備註					

受訪人	張淵翔	**單位**	中正區議員	**日期**	2019/01/21
職稱	議員	**地點**	議員辦事處	**填表人**	童佩嘉
訪談內容摘要	1. 議員曾經擔任長潭里里長與長潭社區發展協會理事長，他表示長潭地區　有 4 個聚落，無低收入戶與弱勢族群。 2. 軟體改善方面： (1). 議員建議舉辦產業觀摩團(如馬祖或日本)，漁民其實不缺錢而且很喜歡旅遊，舉辦產業觀摩團也許可激發居民模仿的動力。 (2). 因印尼漁工高達 80%，為印尼漁工舉辦休閒活動也可造福此社區。 (3). 議員認為一級產業不需轉型，這樣會失去漁村的特色，應透過觀光加值，如公共澡堂 SPA 是可推行的產業，因當地人口老化，銀髮族產業也是可以發展的一項。 (4). 幫助漁民出書講述漁村生活的種種，不僅可讓漁民加強自身的認同感並可讓旅客更認識漁村文化與民俗風情，如八斗子漁港有出過一版*風雨海上人*。 (5). 因當地曾經是垃圾掩埋場，到現在都還未處理完畢，議員建議可推行垃圾山貨幣會比較實際。 3. 硬體改善方面， (1). 因基隆腹地小且離臺北很近，旅客停留的時間其實不長，應推行短時間之旅遊規劃，如裝設海底攝影機直播海底世界或的是讓旅客觀看魚產卵..等等。 (2). 議員建議可往海底下發展，在不破壞環境的情況下增建海底隧道或的是上述之海底攝影機觀看海底祕密花園都為不錯的觀光遊憩活動。 (3). 目前的垃圾山高過防波堤，已危及居民的居住安全並有汙染海洋的可能性，議員期望先處理垃圾山。 (4). 建議冬季於餐廳或國立海洋科技博物館內提供暖氣，讓旅客感受共暖。 (5). 議員認為望海巷至八斗子車站的自行車步道太短不實用，應設置散步步道觀賞海景就是很不錯的觀光活動。				
備註					

受訪人	曾顏順	**單位**	萬順活海產	**日期**	2019/01/21
職稱	老闆	**地點**	萬順活海產	**填表人**	童佩嘉
訪談內容摘要	1. 老闆經營養殖漁業，有販售魚、龍蝦、螃蟹...等等，從中南部/宜蘭一帶購買漁貨並銷售給基隆餐廳，金山一帶也有些許客戶。 2. 老闆本來想發展加工產業，但因無人手後來無發展。 3. 老闆認為望海巷與長潭里的房子都過於破舊無生氣，如要發展觀光應先美化房屋。 4. 八斗子到潮境公園，應設置步道讓旅客盡情享受海景。 5. 步道上如要設置小攤販也應以當地居民優先考量。				
備註					

受訪人	老闆娘	**單位**	好時光餐廳	**日期**	2019/01/21
職稱	老闆娘	**地點**	好時光餐廳	**填表人**	童佩嘉
訪談內容摘要	1. 老闆娘經營此間餐廳約有 5 年左右，客源都來自於熟客或家庭客，潛水客不會來此用餐，冬季生意慘澹。 2. 老闆娘希望能整合潮境公園的餐廳店家一同推行銷活動吸引觀光人潮，並能推行冬季、專屬於基隆之活動帶來話題性。 3. 老闆娘認為國立海洋科技博物館的觀光公車應於潮境公園內多設置一站於餐廳外，讓旅客能於此商圈消費，不應只將旅客載往國立海洋科技博物館。 4. 2088 路線設站也應設置於平浪橋外供旅客方便抵達潮境公園，避免夏季於高溫下行走或冬季於低溫下受寒。				
備註					

受訪人	吳昆達	**單位**	娛樂漁船業者	**日期**	2019/5/8
職稱	船長	**地點**	微風 11 號船上	**填表人**	許心硯
訪談內容摘要	●缺乏二代的原因： 1.漁業成本高、設備損耗率高 (*基本花費千萬起跳) 2 技術人員難培養、年輕人不吃苦 3.地方漁民保守，業界競爭性強，資訊不外傳 ●轉型所面臨問題： 1.碧砂漁港港區封閉，來客量低 2.資訊不對稱(*加強溝通傳達是否貼近漁民需求) 3.外來人不懂地方規矩秩序(*可引進地方人，減少與安檢所衝突) ●建議事項： 1.轉型仍須保有地方特色：潮境保育區禁釣禁捕只能潛水，限制了原生特色漁業(*建議保留漁民特色，再發展觀光) 2.新設備需教育地方漁民 (*智慧電線桿) 3.建議修正航道：航道沿著保育區到彭佳嶼 (*市府官方提供資訊是中線) ●故事分享： 1.早期 101 高地放養許多牛隻，因山崖壁峭牛隻常常摔死，有 「(臺)ㄅㄨㄚˇ西無」之稱 (*鸚哥魚、石頭特殊景觀名字、渡灣等舊稱需再訪問漁民)				
備註	建議耆老名單：朱榮宗 吳錫陵				

受訪人	林福蔭	**單位**	船長詩人	**日期**	2019/5/8
職稱	船長	**地點**	漁娘風情	**填表人**	許心硯
訪談內容摘要	●期望培訓更多解說員：透過把漁民語言系統化(曾協助海洋大學陳教授編書)、到地方國小校園講課，致力推廣與傳承鎖管歷史文化(*日後可邀請作為海洋教育師資) ●轉型所面臨問題： 1.當地居民受擾(停車問題 、遊客嘈雜) 2.安全性問題(海底地形受海浪侵蝕掏空崩塌、漁船航道與浮潛區爭道) 3.沒有二代接手 ●建議設一商場：一樓魚貨市集、二樓餐廳、三樓海洋藝術文化作品展示 ●故事分享： 1.春夏採集石花菜、秋冬採集髮菜，採集時間為凌晨兩三點退潮幅度最大，須對潮汐規律當地地形相當熟悉(*曾協助發表潮汐海流學術論文) 2.長潭漁港位於北寧路，舊有碧水巷之稱，早期環境佳時曾有鯨豚進入港區(*林船長欲籌辦拍攝電影《碧水風情》紀錄早期漁民故事) 3.林船長藝術氣息濃厚，善詩詞書畫，創作靈感皆源自於生活，作詞作曲編劇導演也難不倒他，曾參與綠色和平組織地方巡迴的攝影導演，用詩畫結交各界好友，有「詩詞外交」美名。				
備註	● 世界海洋日 6/8-6/11@海科館 (主要為詩書畫靜態展示)林擔任世界海洋祭海洋教育總策劃人				

受訪人	吳昆達	單位	微風 11 號	日期	2019/5/17
職稱	老闆	地點	碧砂漁港	填表人	許心硯

訪談內容摘要

一、娛樂漁船產業現階段發展的型態與經營模式為何？

主要客源	熟客口耳相傳、企業包船
特色要點	在地青年，導覽力強，網路超高人氣，回客率高
收費標準	釣魚 5 小時，釣魚 800 元，觀光 500 元 18:00-23:00
人力成本	1船長+1漁工

二、呈上，產業合作方面有碰到什麼樣的困難？如何克服？

口碑經營，求質不求量。對服務品質相當追求，浪高風大不出航。

三、目前的營運模式為何？是否有意願推動智慧化行動支付？與旅行業者合作的意願？

單人經營，以臉書社群為基礎攬客，培力社區媽媽為導覽人才。

有意願與旅行社合作，傳晞曾與吳商討合作，因價錢討論無果。

四、在娛樂漁船推動上，有哪些面向是未來想要發展的服務內容，但現在卻沒有的?

發展新服務：載潛水客船潛

五、您對於碧砂漁港周邊區域發展有何看法與建議？

碧砂漁港港區過於封閉，不利觀光發展。

補充事項：

長潭社區在地區民，熟悉海況以及當地人文歷史，人稱黑皮船長。

受訪人	澎澎	單位	鉅隆船隊	日期	2019/5/22
職稱	老闆娘	地點	碧砂漁港	填表人	許心硯

訪談內容摘要	
一、娛樂漁船產業現階段發展的型態與經營模式為何？	
主要客源	熟客口耳相傳、企業包船、海上派對
特色要點	名隆號為頂級遊艇，海上BBQ含廚師、卡拉OK、浮淺等
收費標準	釣魚 4 小時，釣魚 1400 元含用具，小朋友 500 元，供餐 (遊艇)名隆號 2400 元，12 歲以下 1000 元 時段 20:00-24:00；17:00-21:00
人力成本	2船長+1導覽+1票務+2漁工
二、呈上，產業合作方面有碰到什麼樣的困難？如何克服？	
娛樂漁船提供的服務相似度高，業者間競爭意識強烈	
三、目前的營運模式為何？是否有意願推動智慧化行動支付？與旅行業者合作的意願？	
家族企業經營，以自主官網等方式攬客，並與Niceday玩體驗等消費平合作推廣，未來有意願和旅行業者共同商討合作行銷。	
四、在娛樂漁船推動上，有哪些面向是未來想要發展的服務內容，但現在卻沒有的?	
目前積極推廣新遊程，如親子體驗：小小船長親子營、小小船長親子營、蝙蝠看大象、豪華遊艇釣魚行程、遊艇海上戲水派對。 發展新服務：遊艇海上派對遊程企劃、提供旅遊資訊	
五、您對於碧砂漁港周邊區域發展有何看法與建議？	
市場區隔，建議各娛樂漁船走特色化行程	
補充事項：	
自家另有經營基隆釣具店(中正路216號)	

受訪人	陳致豪	單位	華倫號	日期	2019/5/22
職稱	船長	地點	碧砂漁港	填表人	許心硯

訪談內容摘要	
一、娛樂漁船產業現階段發展的型態與經營模式為何？	
主要客源	年輕人
特色要點	華倫號新船下水，水蜜桃炒透抽
收費標準	釣魚5.5小時　釣魚1500元含用具，船資800元 時段17:30-23:00；23:30-05:00
人力成本	1船長+1導覽+1票務+2漁工
三、目前的營運模式為何？是否有意願推動智慧化行動支付？與旅行業者合作的意願？	
以官網為基礎攬客，善用社群媒體網路，現與奧汀汀、趣吧合作等消費平臺合作。	
四、在娛樂漁船推動上，有哪些面向是未來想要發展的服務內容，但現在卻沒有的?	
發展新客群：新手簡易入門	
補充事項：	
玉龍與華倫為漁會重點配合對象	

受訪人	簡美珍	單位	石花菜業者	日期	2019/7/2
職稱	老闆	地點	簡美珍住處	填表人	童佩嘉
訪談內容摘要	● 根據訪談內容，海女簡美珍表示願意改善商品並作為示範業者，協助地域特有產業再生。 ● 因當地人口老化，居民體力大不如前，建議改以每日限量販售並改善其現有包裝方式，朝向精緻與文創商品發展。 ● 活用長潭漁村地域之人才與資源，以簡美珍先生-林福應船長創作之畫作與詩詞作為品牌意象與字句，不僅減少成本並加強商品魅力、感染力與地方獨特性。 ● 實施方式 1.選取林福蔭船長優質畫作，於基隆市產發處臉書群網站供民眾票選最佳石花菜包裝設計。 2.專訪與拍攝簡美珍海女作為產品品牌之核心人物與素材。 3.委託海洋大學食品科學系進行石花菜食品檢驗、營養標示與研發石花菜便利包或相關製成品。 4.舉辦一日漁村媽媽體驗活動，藉由此項活動讓民眾或居民體驗傳統石花菜製成的艱辛與烹煮的過程，製成後協助漁村媽媽包裝販售，活動後收集意見修正對外的行銷模式、包裝適切性以及其他微型企業的鍵結。 5.引進海洋生技技術，降低漁村媽媽製成石花菜之時間與損耗成本。				
備註	● 船長詩作 《詠石花菜極品~長潭鳳尾毛》作者:林福蔭 隨流搖曳態千姿，鳳尾凍成喉潤滋， 暑氣全消誰感得，浪翻日曬破皮悲。 ● 船長畫作				

受訪人	李振睿	單位	漁民管理委員會	日期	2019/7/3
職稱	主委	地點	長潭里漁民活動中心	填表人	童佩嘉

訪談內容摘要

- 長潭漁港舢筏名單：共有 13 位船主(年齡介於 31~40 歲有 3 位; 41~50 歲有 1 位;51~60 歲有 6 位; 61~70 歲有 3 位)

船主姓名	年齡	漁船統一編號	中文船名
彭意鈞	54	CT S003572	保成
李福倉	53	CT S005176	新益豐１８
林福蔭	70	CT S006404	潮境
李振睿	54	CT S006433	漁鷹
簡開榮	62	CT S006448	吉祥６
張國雄	58	CT S006488	順明
陳志文	52	CT S007160	豐漁６
吳志賢	39	CT S007692	海盛２
王詠鈞	39	CT S007959	信和發
林柏志	56	CT S008153	金正１
陳世偉	43	CT S008347	新鴻昇６
林恩慶	36	CT S008417	宏祥６６
康秀清	61	CT S008661	正同１１

- 望海巷漁港舢筏名單：共有 25 位船主(年齡介於 30~40 歲有 1 位; 41~50 歲有 7 位; 51~60 歲有 7 位; 61~70 歲有 9 位; 81~90 歲有 1 位)

船主姓名	年齡	漁船統一編號	中文船名
張錦坤	56	CT S003398	福興６
黃貴珍	64	CT S003511	三合發１６
安志偉	45	CT S003614	晶鑫鱻
顏國祥	50	CT S005532	黑松１
李裕仁	50	CT S005554	進展１２
陳金松	57	CT S005665	藝海
王明珠	58	CT S005750	文德６
吳俞盛	86	CT S005768	航福
張簡義峰	49	CT S005972	義佳１
戴明源	68	CT S006130	慶豐１６８
唐裕輝	53	CT S006336	漁順２

鍾麗美	57	CT S006703	吉倉
蔡天松	64	CT S006716	光華１２３１２
蔡文盛	52	CT S006754	名洋
張連財	70	CT S006866	日福６６
黃建國	49	CT S007199	亨德利８
張文玲	55	CT S007983	吉祥８
馬宗賢	65	CT S008181	順帆６
吳昆達	47	CT S008247	永隆１６８
陳輝碧	62	CT S008257	平成
黃秀雲	61	CT S008279	吉倉２
詹文德	65	CT S008416	長生６６
林宏全	45	CT S008599	明洋
阮可嘉	35	CT S008634	吉祥８８
詹文德	65	CT S008687	新財發

- 目前轉型娛樂舢舨困境

1. 根據目前娛樂漁業管理辦法，舢舨載客釣魚僅限封閉水域。舢舨、漁筏不得經營娛樂漁業。但對於類似潟湖等具天然屏障之一定水深公共水域，直轄市或縣(市)主管機關得指定特定水域並制(訂)定自治法規，核准舢舨、漁筏於該水域內兼營娛樂漁業。(資料來源:行政院農委會漁業署 娛樂漁業管理辦法第 5 條)。

- 娛樂舢舨轉型商機

1. 漁民其實都願意轉型，漁民可白天載客(潛水、釣魚)，晚上捕魚，對漁民來說無疑是另一商機，惟須提供完善的安全配套措施並須與漁民溝通協調符合漁民需求。安全問題則可透過法律約束，例如:水域遊憩管理條例，禁止夜間潛水；風浪超過五級陣風取消航班...等等。
2. 李振睿主委表示如可帶動娛樂舢舨產業，他可建立平臺與擔任統籌之角色，根據每天船隻狀況與來客量分配載客船隻。

受訪人	林素卿	單位	漁娘船情	日期	2019/7/3
職稱	老闆	地點	漁娘船情	填表人	許心硯

訪談內容摘要

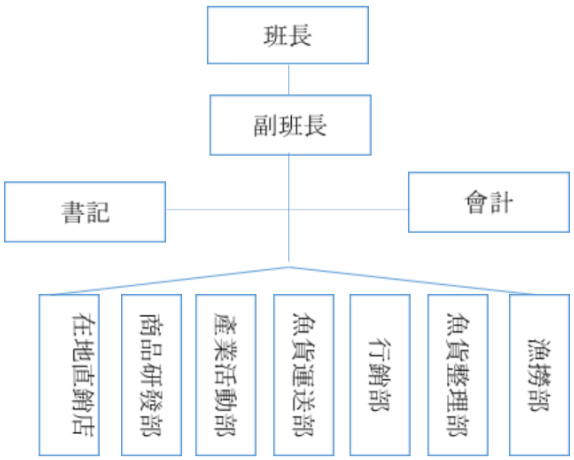
1. 目前漁貨直銷處理流程

   漁村素卿媽媽是目前特定漁業產銷班第一班其中之一員，產銷一班目前有 10 幾位成員，組織完整包含活動、運送以及行銷負責人員，漁貨處理方面，產銷一班有完整之漁貨處理流程與空間，從漁貨上岸、急速冷凍至真空包裝，皆有機器支應，也備有簡易包裝貼紙與紙袋。

2. 未來規劃方向

   素卿媽媽目前規劃設置漁貨小舖與熟食體驗區於潮境公園內部，延長觀光客停留時間，**惟土地問題尚待合法化**。原女巫背包客體驗館，素卿媽媽亦規劃設置 DIY 體驗空間(人數大約 10~20 人左右)，開設烘焙課程、海洋飾品體驗課...等等。

3. 產銷一班組織架構圖



4. 漁貨出貨流程

4. 熟食體驗設置區與漁貨小舖(預計規劃項目)

熟食體驗區	漁獲小舖

5. 品牌與機器照片

急速冷凍冰箱	真空包裝機器
新鮮漁獲	現有品牌貼紙(貼於真空包裝袋)

現有品牌提袋	現有品牌貼紙(貼於保麗龍)
黑厝仔外觀(漁娘工作室)	漁獲處理區

受訪人	陳素芬	單位	國立海洋科技博物館	日期	2019/7/24
職稱	館長	地點	國立海洋科技博物館行政中心	填表人	童佩嘉

訪談內容摘要

1. **目前海科館現階段發展的型態與經營模式為何 ?**

目前海科館積極投入：

- ✓ 異業結盟,如遊程整合、博物館套票與故宮合作展覽活動(海錯奇珍)，促進博物館量能。
- ✓ 強化軟體產業與教育訓練，如浮潛團隊訓練與海洋相關技術與知識之推廣。
- ✓ 彙整並建立在地人才資料庫，於海洋科技博物館展出，作為地方人才匯集區與人才媒合之平臺。

2. 您對於海科館周邊區域(潮境公園、長潭、望海巷)發展有何看法與建議?

以海洋休閒綠帶為軸心，與地方政府、新北市政府、周邊鄰里與漁港結盟，求外援促進資源與產業結合，期望藉由海科館的發展推進城市發展與提升基隆知名度。

3. 在區域發展上，有哪些面向是未來想要發展的服務內容，但現在卻沒有的?

1. 未來期望在沒有資金的情況下做最大的努力，如招租給民間單位，改善硬體設施;也持續盤點未使用之閒置空間，空間優化以推動資源的串聯。
2. 容軒閣目前的經營狀態是只要有活動即可住宿，未來將規畫招租出去並修繕成為餐廳，提供旅客團膳服務。
3. 配合郵輪專車的啟動，開放產業進駐海科館，匯集周邊鄰里的在地伴手禮產業與手工藝產業展售於館內，加強國內與國際旅客消費力並推廣基隆在地產業文化。

4. 未來期望在當地扮演什麼樣的角色?與基隆市政府和民間業者又該如何合作?

1. 海科館未來期望與周邊鄰里共好，透過舉辦活動與業者商家結盟，達到區域經濟共享 1+1>3 之概念。
2. 目前計畫推動周邊商家與業者結盟整合行銷，促進海廢回收與邀集民眾力量重視海洋與生態保育。

i.導流海科館旅客至海洋公民商店消費，鼓勵民眾直接捐獻或消費扣額，例:花 20 元買水，1 元就是認同此區理念、促進當地消費與貢獻海洋復育一份心力。

ii.消費後即會提供虛擬證明，讓民眾成為海洋巡守員、海洋管家或海洋公民(捐 10 元認證)。

一段時日後，可舉辦海洋管家相見歡，呈現海洋復育與海洋廢棄物再造利用之成果，不僅促進回館率也讓民眾對望海巷海灣這片海洋生態產生成就與認同感。

3. 另可參酌澎湖與高雄科技大學合作發展之公益旅遊，集合海洋志工，協助建立珊瑚礁區健康監測及海底覆網回報機制，不定期打撈及海底廢棄漁具，以觀光與環境教育為目的，在不同的廢棄覆網與各種漁業廢棄物中找尋素材，打造兩座海洋寶座—「海神波賽頓寶座」與「美人魚的貝殼座」。吸引民眾坐上寶座打卡與上傳照片，也讓民眾理解海洋廢棄物造成的生態危機，以及生態不分你我概念，讓每個人都能成為維護海洋生態宣傳大使。

5. 未來與在地居民有無相關連結?對於地方居民需求建議有無溝通平臺?共好的建議?

1. 館長一上任後，立即開放海洋劇場地下停車場館供里民夜間停車(停車時間:下午 5 時 30 分至翌日上午 8 時 30 分止，一個月 1000 元)，以修補一直以來之民怨，卻反而未見居民踴躍申請停車。
2. 海科館目前推行大門不關服務包含夜間時段，提供社區鄰里居民夜間運動與聊天之場域。

受訪人	林祐平	單位	潮境天空	日期	2019/8/2
職稱	創辦人	地點	潮境天空	填表人	童佩嘉

訪談內容摘要

- 目前營運模式

  報名: 潛水客會於揪潛水同學會(粉絲頁 diving mate.tw)預約潛水體驗活動，後臺小編即會根據顧客對潛水的瞭解程度與潛水證照，分配潛水教練與導潛員帶隊進行潛水活動。

  潛水體驗(1 教練對 1 學員)、潛水教學(1 教練 2 學員)、初階潛水員(1 教練 2 潛水員)、進階潛水員(1 教練 4 潛水員)

  價格: 潛水體驗費用約 2000~3000 元，含器材租賃與保險費用。客群集中於 30 多歲，學生則大部分體驗浮潛活動(租賃面鏡呼吸館 50 元)。

- **產業合作:**

  1. 若客人報名船潛活動，大部份會固定與王銘祥(活塞)船長合作(營業用遊艇)，於碧砂漁港出發載客潛水; 有些亦會與不合法之船隻合作。

  2. 潛水客結束潛水活動後，老闆會推薦潛水客至漁娘船情用餐。

  立案:目前潮境天空未立案，營業登記證綁於臺北科技公司，未設籍於基隆，臺北科技公司有申請營業運動休閒用品，可合法開立發票。

- 目前經營/潛水業面臨之困境

  停車問題: 目前主要與居民爭執不休的問題還是停車問題，認為潛水客佔用居民停車位，但林祐平老闆認為潛水客通常僅停留早上時段，對居民的影響甚小。

  漁民航道與保育區: 老闆通常帶潛水活動僅限於岸潛，較少觸碰航道，但老闆無法管制自由潛水員(水肺潛水)，近日觀察到有少數自由潛水員將身體掛於漁船分隔浮球上休息，非常危險。

  夜潛: 老闆極力想推夜潛活動，遭當地漁民阻止，當地漁民認為潛水員會假藉潛水娛樂偷抓九孔等生物，但潛水員認為是漁民偷抓怪罪給潛水員，雙方各執一詞。

- 未來規劃想法與需突破之問題

  人才培育:

  因老闆為外來業者，當地居民經常性針對，因此老闆培育當地少年，一年成為潛水長，目前在潮境天空打工換宿與帶潛水客

下水，未來老闆擬將潮境天空交由他來接手，成為長潭漁村潛水品牌核心少年。

船潛產業合作:

因長潭漁港還未開放娛樂漁船配額，船潛客無法從長潭漁村出發，需帶隊至碧砂漁港，老闆曾經有找過當地(望海巷漁港)娛樂漁船合作(寶馬號與海洋名星號)，但寶馬號船主雖有潛水教練執照，但對海象不熟; 海洋明星號則是合作價格談不攏，皆未能成為長期合作對象。(娛樂漁船若要載客潛水，船隻需配有潛水牌照，船長也需至漁會受訓) 微風 11 號吳昆達船長已領有潛水牌照，亦有意與潛水業合作載客，但目前長潭漁港未開放娛樂漁船配額，因此合作機會較少。

舢舨載客潛水:

老闆認為舢舨載客潛水的危險性極高，不僅沒有足夠的安全措施，舢舨也不耐浪容易翻覆，若舢舨未來欲轉型載客潛水，船隻需改造並通過安全檢查。

受訪人	金玉龍	單位	玉龍捌號	日期	2019/8/16
職稱	老闆娘	地點	碧砂漁港	填表人	許心硯

訪談內容摘要

一、娛樂漁船產業現階段發展的型態與經營模式為何？

主要客源	熟客口耳相傳、散客、外國旅客(香港日本為主)
特色要點	專業下網捕小管 (獨家)
收費標準	釣魚4.5小時　釣魚1500元含用具，不釣魚800元 時段18:00-23:00，23:30-04:30
人力成本	2船長+1導覽+1票務+(1票務工讀生)+2漁工

二、呈上，產業合作方面有碰到什麼樣的困難？如何克服？

- 目前以基隆嶼為主力，漁會推動基隆嶼夜釣的行程時間太長、夜釣吸引力低，顧客擇一參與。交旅處每日開放1000名基隆嶼登島，需進系統名額登記，今年開放到12月，業者每月支付登島規費 (往年為4-10月)。
- 資策會系統操作複雜，名單輸入電腦系統增加作業困難
  原作業流程：報名→名單統整→送海巡署報關
  現作業流程：報名→名單統整→電腦系統匯入→列印核對→送海巡署報關

三、目前的營運模式為何？是否有意願推動智慧化行動支付？與旅行業者合作的意願？

自家家族經營，無相關營業業績報表統計資料帳本，以臉書社群、官網為基礎攬客，過去曾參與媒體踩線團合作增加曝光度。現與奧汀汀、趣吧合作等消費平臺合作，但成果有限。

四、在娛樂漁船推動上，有哪些面向是未來想要發展的服務內容，但現在卻沒有的?

發展新客群：學生、派對、企業家庭日、親子海釣、海外客人(東南亞客群)

五、您對於碧砂漁港周邊區域發展有何看法與建議？

遊艇開放載客，威脅到娛樂漁船產業競爭

補充事項：

玉龍與華倫為漁會重點配合對象

受訪人	范揚宏	單位	金探號	日期	2019/8/16
職稱	老闆	地點	碧砂漁港	填表人	許心硯

訪談內容摘要

一、娛樂漁船產業現階段發展的型態與經營模式為何？

主要客源	散客
特色要點	彩繪船，小團體
收費標準	船班 | 新手體驗釣(4小時) | 上半夜小搞搞 (5小時) | 下半夜小搞搞 (5小時) | 全夜小搞搞全夜(18-05) 下竿 | 1600 | 800 | 800 | 1500 觀光 | | 500 | 500 | 500 租借釣竿 | 包含(釣竿+釣組+釣餌) | 350(釣竿+捲線器+釣組) | 350(釣竿+捲線器+釣組) | 350(釣竿+捲線器+釣組) 開班人數 | 5人/滿15人 | 5人/滿15人 | 5人/滿15人 | 6人/滿15人 內容 | 基隆沿岸風光、現煮現釣魚種、教學 | 提供熱開水 船上供冰 | 提供熱開水 船上供冰 | 消夜 船上供冰 包船 | 20000 | 12000 | 12000 | 21000 時段18:00-23:00/ 00:00-5:00
人力成本	1船長+1漁工

二、呈上，產業合作方面有碰到什麼樣的困難？如何克服？

入行一年多，年資尚淺，人力不足、無穩固客源。未來可能開放學生打工方式克服人力問題。

三、目前的營運模式為何？是否有意願推動智慧化行動支付？與旅行業者合作的意願？

單人經營，以臉書社群為基礎攬客，想展規模，但人力不足。
目前皆現金收付，以安全為第一考量尋擬金流平臺。

四、在娛樂漁船推動上，有哪些面向是未來想要發展的服務內容，但現在卻沒有的?

發展新客群：網美派對，年輕客群
發展新服務：船潛客載運、魚貨零售買賣

五、您對於碧砂漁港周邊區域發展有何看法與建議？

可建簡易販賣處供娛樂漁船船家販賣

補充事項：

范有開立咖啡廳的背景經驗，因釣魚興趣，轉投入娛樂漁船行業，故鄉新竹，現齡33歲

1. 訪談大綱	若長潭漁港未來成立直售鋪或行動直售攤車有什麼發展潛力 ？	
	訪談對象	訪談結果摘錄
	長潭里里長 鍾麗美	里長認為是有潛力且可發展的
	漁港地區管理委員會 李振睿	(1) 主委認為是有發展潛力的。 (2) 應調查長潭里一支釣漁民較有潛力，大船船隻捕獲量大，通常皆直送崁仔頂市場。
	小卷攤販 顏宏秋	(1) 老闆娘認為是有潛力且可發展的且也願意與社區共同經營。 (2) 若導入行動攤車須考量氣候問題，夏季炎熱天氣恐會影響漁獲品質。
	漁娘船情 林素卿	(1) 素卿媽媽認為是有潛力且可發展的，他也有意願發展但場地與勞力不足是目前瓶頸。 (2) 期望能先以拍賣漁市或展售店方式操作，每週或每月定期於指定地點搭臨時帳棚拍賣各式漁獲。
	沿近海漁船協會 林新永	一支釣是有潛力且可發展直售所的。
	八爪魚海洋休閒股份有限公司 王銘祥	教練表示長期參與地方提案計畫，推動地方。
	滿記海產 吳素玫	老闆娘認為是有潛力且可發展的但待尋合適場地。
	緯盛水電行(長潭居民) 林緯光	(1) 若長潭可發展直售所，老闆認為是有發展潛力也想加入。 (2) 全台灣目前已有很多類似的直售所，應與碧砂漁港有市場區隔並有在地特色。
	八斗邀友善餐廳 戴秀真	無意見。
2. 訪談大綱	通常每日漁獲捕獲後，您給中盤商的利潤有多少 ？	
	訪談對象	訪談結果摘錄
	長潭里里長 鍾麗美	漁獲捕獲後大部分皆送至崁仔頂市場，扣掉佣金與運費即為利潤。
	漁港地區管理委員會	崁仔頂抽成佣金 5%，台北中央市場佣金 6%，另外還會收取運費與卸貨費用。

	李振睿	
	小卷攤販 顏宏秋	漁獲因量大，大部分皆會直接送往崁仔頂市場與台北中央市場。市場抽成費用: 崁仔頂佣金 5%，台北中央市場佣金 6%，運費(最低 600 元)以及卸貨費用。
	漁娘船情 林素卿	無意見。
	沿近海漁船協會 林新永	漁獲捕獲後大部分皆送至崁仔頂市場，扣掉佣金與運費即為利潤。
	八爪魚海洋休閒股份有限公司 王銘祥	無意見
	滿記海產 吳素玫	(1) 漁獲來源有配合之沿近海漁船與進口漁獲。 (2) 媽媽主要於市場販售現流當季漁獲(吳錫陵船長釣回)。
	緯盛水電行(長潭居民) 林緯光	無意見
	八斗邀友善餐廳 戴秀真	餐廳現與林福蔭船長合作，船長採一支釣魚法，將魚「三去」後提供八斗邀做後續真空包裝、販售處理，有消費者訂單才與船長下訂漁獲，店內有一小冰櫃展示空間少量販售。
3. **訪談大綱**	**目前的供貨客源及比例?**	
	訪談對象	**訪談結果摘錄**
	長潭里里長 鍾麗美	經常會供貨給何立德老師作為產學觀摩，剩下的即送至崁仔頂市場。
	漁港地區管理委員會 李振睿	無意見
	小卷攤販 顏宏秋	客源有南部遊覽車團、北部長者(阿嬤)與少許成功市場攤販批貨。
	漁娘船情 林素卿	大部分是熟客與來用餐的遊客，若量大會以低溫宅配寄送。
	沿近海漁船協會 林新永	無意見

	八爪魚海洋休閒股份有限公司 王銘祥	主要供貨星級餐廳、網路宅配販售。
	滿記海產 吳素玫	在地與外地客人皆有。
	緯盛水電行(長潭居民) 林緯光	無意見
	八斗邀友善餐廳 戴秀真	主要客源為台灣北區之消費者。
4. 訪談大綱	**漁獲的銷售對象除了盤商這個通路外，你覺得還有哪些通路可以賺錢 ?**	
	訪談對象	**訪談結果摘錄**
	長潭里里長 鍾麗美	無意見
	漁港地區管理委員會 李振睿	無意見
	小卷攤販 顏宏秋	無意見
	漁娘船情 林素卿	無意見
	沿近海漁船協會 林新永	建議辦理假日魚市。
	八爪魚海洋休閒股份有限公司 王銘祥	八爪魚現採用一支釣兼採活締魚法，提供從出海到出貨一條龍服務，以網路社群平台(Facebook)會主要銷售通路。
	滿記海產 吳素玫	無意見
	緯盛水電行(長潭居民) 林緯光	無意見
	八斗邀友善餐廳 戴秀真	無意見
5. 訪談大綱	**漁獲的魚種有哪些？那一種魚種賣的比較好?**	
	訪談對象	**訪談結果摘錄**
	長潭里里長 鍾麗美	漁獲以小卷及白帶魚賣的最好。

	漁港地區管理委員會 李振睿	主委通常使用一支釣，漁獲以黃雞魚為主。
	小卷攤販 顏宏秋	(1) 漁獲會根據季節轉換，主要以白帶魚(四季)、小卷、透抽、軟絲、赤鯊與盤仔魚為主，有時也會從崁仔頂市場進漁獲，如白蝦(過年)、丁香魚和吻仔魚..等。 (2) 小卷處理方式會於船上急速冷凍，以塑膠盒包裝販售。無使用真空包裝(成本會增加 5 元左右)。
	漁娘船情 林素卿	(1) 漁獲以軟絲、鯖魚、竹筴魚、黃雞魚、赤鯊、石狗公、馬頭和盤仔魚居多。 (2) 一支釣有時也可釣到 2~3 百斤但漁種有限。
	沿近海漁船協會 林新永	現以一支釣為主要推廣，漁獲種類依季節而定。
	八爪魚海洋休閒股份有限公司 王銘祥	以活締魚法(馬頭魚)、一夜干(鯖魚、竹筴魚)為主要推廣。
	滿記海產 吳素玫	漁產品以鱈魚和鮭魚賣的最好。
	緯盛水電行(長潭居民) 林緯光	無意見
	八斗邀友善餐廳 戴秀真	主要販售之漁產品為小卷、鯖魚、竹筴魚。產品之定價為參考基隆區漁會訂定。
6. 訪談大綱	**目前的漁價都如何評估？星期一的漁價會不會比較好?**	
	訪談對象	**訪談結果摘錄**
	長潭里里長 鍾麗美	漁價是波動的，會根據每次的漁貨產量而有所不同。
	漁港地區管理委員會 李振睿	漁價是波動的，會根據每次的漁貨產量而有所不同。
	小卷攤販 顏宏秋	漁價是波動的，會根據每次的漁貨產量而有所不同。

	漁娘船情 林素卿	漁價是波動的，會根據每次的漁貨產量而有所不同。
	沿近海漁船協會 林新永	漁價是波動的，會根據每次的漁貨產量而有所不同。魚法採一支釣(煙仔虎)、曳繩釣(紅甘、炸彈魚)，每次出航船釣總量於 100 斤以內。
	八爪魚海洋休閒股份有限公司 王銘祥	價格高於市價，1 斤 400 元。
	滿記海產 吳素玫	漁價是波動的，會根據每次的漁貨產量而有所不同。
	緯盛水電行(長潭居民) 林緯光	無意見
	八斗邀友善餐廳 戴秀真	無意見
7. 訪談大綱	**若有餐廳主廚(私廚)想要購買魚貨是否可以供應？若可供應希望以何種方式(電話、網路平台、社群平台 line FB...)聯繫購買漁貨？**	
	訪談對象	**訪談結果摘錄**
	長潭里里長 鍾麗美	(1) 目前漁獲購買皆透過 line 或電話聯繫。 (2) 社區已有其他居民有透過網路平台經營漁獲買賣。
	漁港地區管理委員會 李振睿	目前長潭有產銷一班組織，以類似直售所之概念經營。
	小卷攤販 顏宏秋	(1) 每次漁獲根據情況，大約會留下 7~8 斤左右作為產地零售販賣。 (2) 水漾巴里曾經與老闆娘洽談小卷配合供應，但後來因價錢問題談不攏作罷。 (3) 目前漁獲購買皆透過 line 或電話聯繫; 無使用網路平台經營。老闆娘二代曾有自行設計包裝於臉書上販售漁獲，但後來因與媽媽理念不合放棄。蒼島居民: https://www.facebook.com/theislandforresidents/

	漁娘船情 林素卿	(1) 希臘天空曾與素卿媽訂購小卷。 (2) 無使用網路經營漁獲販賣。
	沿近海漁船協會 林新永	無意見
	八爪魚海洋休閒股份有限公司 王銘祥	皆可配合。基隆「遇見餐廳」使用教練所提供之漁獲。
	滿記海產 吳素玫	滿記海產有於臉書經營販售。
	緯盛水電行(長潭居民)林緯光	無意見。
	八斗邀友善餐廳 戴秀真	主要於虛擬通路販售，供冷鏈宅配服務。

三、八斗子產業資料表

行政區	地址	營業名稱	行業代號	行業別
基隆市中正區	碧砂里北寧路３６２號	興海營造工程有限公司	03	漁業
基隆市中正區	碧砂里環港街５號	粲程海洋生技股份有限公司	03	漁業
基隆市中正區	砂子里北寧路３９６巷２６號１樓	森田生技企業社	08	食品製造業
基隆市中正區	砂子里調和市場１０９號	家興商號	08	食品製造業
基隆市中正區	砂子里調和街１１８號	大隆冷凍食品股份有限公司	08	食品製造業
基隆市中正區	八斗里八斗街１３６號	正忠行	08	食品製造業
基隆市中正區	八斗里八斗街１４８巷１７號１樓	光輝商號	08	食品製造業
基隆市中正區	八斗里八斗街１７８號	進展行	08	食品製造業
基隆市中正區	八斗里八斗街６３—６號	大泰豐豆腐店	08	食品製造業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２２３號	北都冷凍食品工業股份有限公司	08	食品製造業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２７６號２樓	漁之軒食品有限公司	08	食品製造業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３３０號	得貴行	08	食品製造業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３３２號	儀興漁行	08	食品製造業
基隆市中正區	砂子里北寧路３４９號	禾雨露製作企業社	12	成衣及服飾品製造業
基隆市中正區	八斗里八斗街１４８巷４９—１號	宏原企業社	23	非金屬礦物製品製造業
基隆市中正區	砂子里觀海街１４６號１４樓	瑞鴻金屬工程有限公司	25	金屬製品製造業
基隆市中正區	砂子里觀海街２１號１１樓	晶鋼光電股份有限公司	26	電子零組件製造業
基隆市中正區	砂子里觀海街７７號１０樓	侑駿機械有限公司	29	機械設備製造業
基隆市中正區	砂子里調和街２９巷６２號１樓	亞世企業工程有限公司	29	機械設備製造業
基隆市中正區	砂子里調和街５２號４樓	文誠機電企業有限公司	29	機械設備製造業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２８４—１號２樓	中泰機械實業有限公司	29	機械設備製造業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２１１號	海洋種子股份有限公司	31	其他運輸工具及其零件製造業
基隆市中正區	砂子里觀海街１７１號６樓	全聖機械工程有限公司	34	產業用機械設備維修及安裝業
基隆市中正區	砂子里觀海街１９７號２樓	勝綻工程行	34	產業用機械設備維修及安裝業
基隆市中正區	砂子里調和街２９巷８９號１樓	永輪船舶工程行	34	產業用機械設備維修及安裝業
基隆市中正區	八斗里八斗街１７４號	震紘船舶工程行	34	產業用機械設備維修及安裝業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２３５號	建興船舶工程行	34	產業用機械設備維修及安裝業
基隆市中正區	砂子里調和街１３８號	豐進行	38	廢棄物清除、處理及資源回收處理業
基隆市中正區	八斗里八斗街８６巷６號１樓	中興行	38	廢棄物清除、處理及資源回收處理業
基隆市中正區	砂子里調和街２２６巷８號８樓	碇玖營造有限公司	41	建築工程業
基隆市中正區	八斗里八斗街１４８巷４３號	湧苙工程行	41	建築工程業

行政區	地址	營業名稱	行業代號	行業別
基隆市中正區	砂子里觀海街１４３號１０樓	日春工程行	42	土木工程業
基隆市中正區	砂子里觀海街６３號２樓	泯坤工程行	42	土木工程業
基隆市中正區	砂子里觀海街６６號１１樓	慶騰國際實業有限公司	42	土木工程業
基隆市中正區	砂子里調和街１７之３號４樓	晏安工程行	42	土木工程業
基隆市中正區	砂子里調和街２２６巷８號８樓	怡助土木包工業	42	土木工程業
基隆市中正區	砂子里調和街２９巷９１號１樓	翔郁工程行	42	土木工程業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３６０號１樓	承暉海事工程企業有限公司	42	土木工程業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３６２之１號１樓	國傑工程企業有限公司	42	土木工程業
基隆市中正區	砂子里八斗街１４號５樓	良碩工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里北寧路３６９巷５號	大阜機電工程有限公司	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里北寧路３８８號３樓	冠群機電工程企業社	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街１０號５樓	富久金屬有限公司	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街１０６號５樓	冠興工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街１１６號１１樓	凱群工程企業社	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街１２８號７樓	郡威水電工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街１２９號１０樓	超藝工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街１３０號３樓	廣昇源機電工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街１４２號１３樓	紘天工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街１５７號３樓	合富室內工程實業社	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街１８２號１２樓	采邑設計企業社	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街１８６號２樓	威廷工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街１９６號１１樓	勝賓鑫工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街２號４樓	台灣澳宇五金有限公司	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街２０號１０樓	興達工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街２０號１６樓	世鈜工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街３０號３樓	合毅工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街３０號３樓	合毅營造有限公司	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街４２號１樓	新鋼工程有限公司	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街４８號１１樓	佳捷工程有限公司	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街５５號	昱謙工程有限公司	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街５５號１樓	盈萬里工程有限公司	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街６號	元喆營造有限公司	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街６０號１０樓	皇運起重企業社	43	專門營造業

行政區	地址	營業名稱	行業代號	行業別
基隆市中正區	砂子里觀海街７７號１２樓	昭益工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里觀海街９２號６樓	大順工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街１１之３號	緯盛水電工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街１１號１樓	瑞成玻璃行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街１５號１樓	進德工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街１５４之４號	金懋工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街２４２號１樓	和耀工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街２６６巷５５弄６號	俊豪工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街２６６巷７２弄６號１樓	威律工程有限公司	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街２９巷４９號	晉宏交通工程有限公司	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街２９巷７８號１樓	家寶工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街２９巷９１號	京展工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷１０６號	信宏工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷１２５號１樓	上弘企業社	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷１３１號	加有得工程有限公司	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷１７１號１樓	順發工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷４５弄１號	弘翊機械工程有限公司	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷６５號１樓	祥全工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷７９弄１６號	仕國工程有限公司	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷８０弄６號１樓	永陞消防工程有限公司	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷８８號	八方起重行	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街５２號２樓	達華室內裝修工程有限公司	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里調和街９號１樓	金百力工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	八斗里八斗街７２號２樓	佳煌企業社	43	專門營造業
基隆市中正區	八斗里八斗街８６巷８號１樓	尚杰工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	八斗里八斗街９６巷２８號１樓	詠榮工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	八斗里八斗街９６巷３８號	鼎耀工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２６７號１樓	勵勤玻璃工程有限公司	43	專門營造業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２７０－１號１樓	大欣鋼鋁工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２７５巷１８號１樓	御匠裝璜工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２９６之２號７樓	龍晟工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３４２巷２０號２樓	澔興工程行	43	專門營造業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３４４巷１０—１５號１樓	承鴻工程行	43	專門營造業

行政區	地址	營業名稱	行業代號	行業別
基隆市中正區	碧砂里北寧路３５４號	宸閣室內裝修設計有限公司	43	專門營造業
基隆市中正區	砂子里北寧路３８８號一樓	三和興釣具行	45	批發業
基隆市中正區	砂子里觀海街１８１號４樓	鮮多有限公司	45	批發業
基隆市中正區	砂子里觀海街２６號１６樓	捷馨國際有限公司	45	批發業
基隆市中正區	砂子里觀海街４３號１３樓	順翔翼科技有限公司	45	批發業
基隆市中正區	砂子里觀海街４８號８樓	日昇電腦有限公司	45	批發業
基隆市中正區	砂子里觀海街７８號１３樓	永聯國際實業股份有限公司	45	批發業
基隆市中正區	砂子里調和市場１０５號	調和市場店舖１０５號	45	批發業
基隆市中正區	砂子里調和市場１０８號	調和市場店舖１０８號	45	批發業
基隆市中正區	砂子里調和市場１３７號	調和市場攤位１３７號	45	批發業
基隆市中正區	砂子里調和街１巷１２號三樓	德霖商行	45	批發業
基隆市中正區	砂子里調和街１４號	活泉商行	45	批發業
基隆市中正區	砂子里調和街２６６巷４５號	匠藝有限公司	45	批發業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷１９３號	京燕企業社	45	批發業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷８０弄２號２樓	鉅金言興業有限公司	45	批發業
基隆市中正區	八斗里八斗街１７２號	兆麗行有限公司	45	批發業
基隆市中正區	八斗里八斗街５５—１１號	優鮮配冷凍食品行	45	批發業
基隆市中正區	八斗里八斗街６５－２號３樓	真業有限公司	45	批發業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２２３號	欣興合興業有限公司	45	批發業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２２３號	北都農漁產銷有限公司	45	批發業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２７５巷１０號１樓	藍海國際水產股份有限公司	45	批發業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２７５巷１９號	立門企業有限公司	45	批發業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２７６號１樓	漁品軒有限公司	45	批發業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３４０－２號４樓	琍彰企業有限公司	45	批發業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３４６—１號４樓	霈琦有限公司	45	批發業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３６２號	沈氏幾何貿易有限公司	45	批發業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３６８號１樓	順利機車行	45	批發業
基隆市中正區	碧砂里環港街５號１樓	聚蠡食品行	45	批發業
基隆市中正區	碧砂里環港街７８—４號５樓	布魯克林萊姆音樂科技有限公司	45	批發業
基隆市中正區	砂子里八斗街１４號３樓	証誠油漆工程行	46	批發業
基隆市中正區	砂子里北寧路３５３之１號	全德五金建材行	46	批發業
基隆市中正區	砂子里北寧路３９６巷１５—３號	匯鴻科技有限公司	46	批發業
基隆市中正區	砂子里北寧路３９６巷３１號	活水事業股份有限公司	46	批發業

行政區	地址	營業名稱	行業代號	行業別
基隆市中正區	砂子里觀海街１３號５樓	綠能勁企業行	46	批發業
基隆市中正區	砂子里觀海街１４３號８樓	重諺工程有限公司	46	批發業
基隆市中正區	砂子里觀海街１４５號４樓	中隆企業社	46	批發業
基隆市中正區	砂子里觀海街１４５號４樓	中隆實業有限公司	46	批發業
基隆市中正區	砂子里觀海街１７號７樓	諾得測量儀器有限公司	46	批發業
基隆市中正區	砂子里觀海街３２號１３樓	小林油品企業有限公司	46	批發業
基隆市中正區	砂子里觀海街４３號	保安貿易有限公司	46	批發業
基隆市中正區	砂子里觀海街４３號	銓順興業有限公司	46	批發業
基隆市中正區	砂子里觀海街４３號１樓	欣天然有限公司	46	批發業
基隆市中正區	砂子里觀海街４５號９樓	悠颺海洋休閒有限公司	46	批發業
基隆市中正區	砂子里觀海街５９號８樓	毅泰測量儀器有限公司	46	批發業
基隆市中正區	砂子里觀海街８９號１６樓	子家企業社	46	批發業
基隆市中正區	砂子里觀海街９８號１３樓	晶宏有限公司	46	批發業
基隆市中正區	砂子里調和街１７—５號３樓	台灣創生工作室	46	批發業
基隆市中正區	砂子里調和街１９號１樓	海洋電機行	46	批發業
基隆市中正區	砂子里調和街２７０號１樓	順翌企業有限公司	46	批發業
基隆市中正區	砂子里調和街２９巷１５０號１樓	鑫意企業有限公司	46	批發業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷１９９號	喆門電子有限公司	46	批發業
基隆市中正區	八斗里八斗街１０２號３樓	大學事務機器行	46	批發業
基隆市中正區	八斗里八斗街６５－２號	維思智能股份有限公司	46	批發業
基隆市中正區	八斗里八斗街６５－２號３樓	雲騰國際有限公司	46	批發業
基隆市中正區	八斗里漁港三街１１６號１樓	和茂企業社	46	批發業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２５０—３號１樓	普大塗料有限公司	46	批發業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２６５號１樓	鉅田國際有限公司	46	批發業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２８７號	高鵬汽車商行	46	批發業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３１１號１樓	方城膠業行	46	批發業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３１４號１樓	大進輪胎行	46	批發業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３１５之５號１樓	銘祥建材行	46	批發業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３１７號１樓	振亞企業社	46	批發業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３２２號	麒豐電機油壓有限公司	46	批發業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３４０之１號１樓	弘來工程行	46	批發業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３６４—４號	華騏照明有限公司	46	批發業
基隆市中正區	砂子里中正路調和市場１１１號	調和市場店舖１１１號	47	零售業

行政區	地址	營業名稱	行業代號	行業別
基隆市中正區	砂子里中正路調和市場１３４號	調和市場攤位１３４號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里八斗街１０號	文裕藥局	47	零售業
基隆市中正區	砂子里八斗街３０號１樓	劉家食品行	47	零售業
基隆市中正區	砂子里八斗街３２號１樓	東盈藥行	47	零售業
基隆市中正區	砂子里八斗街３６號１樓	藍海工作坊	47	零售業
基隆市中正區	砂子里八斗街８號１樓	廣昌米行	47	零售業
基隆市中正區	砂子里北寧路３２７號１樓	統一超商股份有限公司基隆市第八十四分公司	47	零售業
基隆市中正區	砂子里北寧路３３７號１樓	順德釣具行	47	零售業
基隆市中正區	砂子里北寧路３４７號	老北火冰點商行	47	零售業
基隆市中正區	砂子里北寧路３７８號	八斗子東亞藥局	47	零售業
基隆市中正區	砂子里北寧路３８２，３８２－５號	統一超商股份有限公司基隆市第８分公司	47	零售業
基隆市中正區	砂子里北寧路３８４號	源昌藥局	47	零售業
基隆市中正區	砂子里北寧路４００號旁	麗萍雜貨店	47	零售業
基隆市中正區	砂子里北寧路４０４號１樓	伊婷文具藝品社	47	零售業
基隆市中正區	砂子里北寧路４２２號	潮境釣具店	47	零售業
基隆市中正區	砂子里觀海街１２８號6樓	晉旺企業社	47	零售業
基隆市中正區	砂子里觀海街１３３號５樓	明贏禮品開發企業社	47	零售業
基隆市中正區	砂子里觀海街１３６、１３８號	全家便利商店股份有限公司基隆觀海分公司	47	零售業
基隆市中正區	砂子里觀海街１８２號１５樓	萬禮實業社	47	零售業
基隆市中正區	砂子里觀海街１９０號6樓	中南科技有限公司	47	零售業
基隆市中正區	砂子里觀海街２７號１０樓	品銓數位店	47	零售業
基隆市中正區	砂子里觀海街３７號１樓	健康自己來商店	47	零售業
基隆市中正區	砂子里觀海街４５號（１樓）	如飴一生有限公司	47	零售業
基隆市中正區	砂子里觀海街６１號、６３號	全家便利商店股份有限公司基隆市第一一四分公司	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１０１號	調和市場店舖１０１號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１０２號	調和市場店舖１０２號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１０２號	調和市場攤位１０２號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１０３號	調和市場攤位１０３號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１０３號	調和市場店舖１０３號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１０５號	調和市場攤位１０５號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１０８號	調和市場攤位１０８號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１０９號	調和市場攤位１０９號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１１０號	調和市場攤位１１０號	47	零售業

行政區	地址	營業名稱	行業代號	行業別
基隆市中正區	砂子里調和市場１１１號	長秋商店	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１１２號	調和市場店舖１１２號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１１３號	調和市場店舖１１３號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１１５號	調和市場店舖１１５號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１１６號	調和市場攤位１１６號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１１７號	調和市場攤位１１７號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１１８號	調和市場攤位１１８號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１２０號	調和市場攤位１２０號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１２１號	調和市場攤位１２１號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１２２號	調和市場攤位１２２號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１２４號	調和市場攤位１２４號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１２５號	調和市場攤位１２５號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１２６號	調和市場攤位１２６號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１２９號	調和市場攤位１２９號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１３０號	調和市場攤位１３０號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１３５號	調和市場攤位１３５號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１３６號	調和市場攤位１３６號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１４０號	調和市場攤位１４０號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１４１號	調和市場攤位１４１號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街１２號１樓	億豐銀樓	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街１２４號	珍味坊魚行	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街１６號	調和商行	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街１８號１樓	廖瑛正	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街２１０－１號	和風商行	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街２６６巷１８弄１２號	來德生技有限公司	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街２８號	巨暉商行	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷１１３弄１７號	金春行	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷１３７號１樓	財進發漁行	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷１４１號	林記商店	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷１７５號１樓	紅運玉宜商行	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷１７９號	邑百便利商店	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷９８號（騎樓）	成益	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街３號	調和市場店舖第１１０號	47	零售業

行政區	地址	營業名稱	行業代號	行業別
基隆市中正區	砂子里調和街３號	調和市場攤位１３２號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街３號	調和市場攤位第１０７號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街３號	調和零售市場服飾類１３３號攤位	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街３號	調和市場攤位１１４號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街３７６號	王楊阿却攤販	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街４號	新東盛國藥房	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街５０號１樓	漁師物語安心食材專賣店	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街５０號１樓	食之飴商行	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街６４之１號	鴻安釣具行	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街８０巷３９號	金山商店	47	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街８０巷３９號１樓	鹿港商行	47	零售業
基隆市中正區	八斗里八斗街１４８巷１２號２樓	華裕魚行	47	零售業
基隆市中正區	八斗里八斗街３７號６樓	振宇行	47	零售業
基隆市中正區	八斗里八斗街５５之４號３樓	昇暉企業社	47	零售業
基隆市中正區	八斗里八斗街６３—４號	達億行	47	零售業
基隆市中正區	八斗里八斗街６４—４號５樓	吉甲果物舖	47	零售業
基隆市中正區	八斗里八斗街６５－２號	焱昌企業社	47	零售業
基隆市中正區	八斗里八斗街９２號	益順商行	47	零售業
基隆市中正區	八斗里八斗街９６巷３８—２號	榮富商行	47	零售業
基隆市中正區	八斗里漁港三街１０６號１樓	魏家海味小舖	47	零售業
基隆市中正區	八斗里漁港三街１２０號４樓	小胖妹透抽小舖	47	零售業
基隆市中正區	八斗里漁港三街１７０號１至２樓	崇興果菜行	47	零售業
基隆市中正區	八斗里漁港三街１７４號１樓	新蠡貨海鮮店	47	零售業
基隆市中正區	八斗里漁港三街７２號	海洋便利店	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２１１號	基隆區漁會魚貨直銷中心鮮魚區第２０號攤位	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２１１號	基隆區漁會魚貨直銷中心鮮魚區第９號攤位	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２１１號	基隆區漁會魚貨直銷中心鮮魚區第１４號攤位	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２１１號	基隆區漁會魚貨直銷中心鮮魚區第３號攤位	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２１１號	基隆區漁會魚貨直銷中心鮮魚區第１７號攤位	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２１１號	基隆區漁會魚貨直銷中心鮮魚區第１３號攤位	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２１１號	基隆區漁會魚貨直銷中心鮮魚區１６號攤位	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２３３號１樓	萬金商行	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２４９巷１３號	漁民商店	47	零售業

行政區	地址	營業名稱	行業代號	行業別
基隆市中正區	碧砂里北寧路２５０—８號１、２樓	全家便利商店股份有限公司基隆市第一二一分公司	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２５０之２號	八斗釣具行	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２７５巷１２號	利峰企業社	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２７８號	玖玖釣具行	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２７９號１樓	龍頭菁仔行	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２９２號１樓	防波堤釣具店	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３０１之１號１樓	麗英檳榔店	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３１５號	永好藥局	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３２２－１號	品傑漁行	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３２５號１樓	快得眼鏡行	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３３８號	鵬洋商店	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３４０—２號１樓	一聯家電企業社	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３４６－１號１樓	祥大專業冷凍釣餌商行	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３４８—１號	昌順食品行	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３５４號	海科檳榔店	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３５８號	三三釣具	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３６４之２號１樓	南福電業行	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３６８－２號１樓	北高釣具行	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３７０—１號	基隆浪花釣具	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３７０號１樓	名陽漁具行	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３８０號１樓	合記燒腊店	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里環港街５８號１樓	華綸商行	47	零售業
基隆市中正區	碧砂里環港街７６號１樓	漁村商號	47	零售業
基隆市中正區	砂子里八斗街１０號１樓	八斗漁鄉手工藝坊	48	零售業
基隆市中正區	砂子里八斗街４號１樓	永孚煤氣有限公司	48	零售業
基隆市中正區	砂子里北寧路３３１號１樓	三三一水族館	48	零售業
基隆市中正區	砂子里北寧路３４５號１樓	順帆船舶精品店	48	零售業
基隆市中正區	砂子里北寧路３８８號３樓	易聯網商行	48	零售業
基隆市中正區	砂子里觀海街１３６號１５樓	北海岸釣具行	48	零售業
基隆市中正區	砂子里觀海街８０號６樓	桔橙企業社	48	零售業
基隆市中正區	砂子里調和市場１３１號	調和市場攤位１３１號	48	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街２７—１２號	北野機車行	48	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷１２９號	大德誠禮儀用品社	48	零售業

行政區	地址	營業名稱	行業代號	行業別
基隆市中正區	砂子里調和街３—１號	昌玉金香舖	48	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街８號	上寶行	48	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街９號１樓	大銘不銹鋼鐵門窗行	48	零售業
基隆市中正區	八斗里八斗街５１號	陳信助	48	零售業
基隆市中正區	八斗里八斗街５３—１號	博勝行	48	零售業
基隆市中正區	八斗里漁港二街４０３號	台灣中油股份有限公司油品行銷事業部基隆營業處八斗子漁船站	48	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２１１號	基隆區漁會魚貨直銷中心鮮魚區１５號攤位	48	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２３３號１樓	百鴻花店	48	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２５０之１號１樓	碧砂藝品店	48	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２５０－３號１樓	普大塗料企業行	48	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２７８－１號１樓	寶禧機車行	48	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２９３號１樓	佳昌機車行	48	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２９４號１樓	富成輪胎行	48	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３０１號	大展彩色浪板行	48	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３０１－１號１樓	二輪坊	48	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３１１號底層	永茂商行	48	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３１２號	成檜木藝品	48	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３２８號	億昌電瓶行	48	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３６４—３號	春益機車行	48	零售業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３７０之３號１樓	嘉興行	48	零售業
基隆市中正區	砂子里調和街２２６巷３號８樓	豐利漁業開發企業社	49	陸上運輸業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３４２巷２１號５樓	全安通運有限公司	49	陸上運輸業
基隆市中正區	砂子里觀海街２２號５樓	騰瑞海上旅遊企業社	50	水上運輸業
基隆市中正區	砂子里觀海街８２號８樓	大心停車場	52	運輸輔助業
基隆市中正區	砂子里觀海街８２號８樓	停車王停車場股份有限公司	52	運輸輔助業
基隆市中正區	碧砂里環港街５號Ａ棟１樓	簡豐堅工作室	52	運輸輔助業
基隆市中正區	砂子里八斗街１４號	中華郵政股份有限公司基隆八斗子郵局	54	郵政及快遞業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２５０－６號１樓至１０樓	蔚藍海景旅店有限公司	55	住宿服務業
基隆市中正區	砂子里八斗街６號１樓	八斗蠡現流紅麴黛魚羹	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里北寧路３２７－１號及３２７號２樓	勝翔商行	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里北寧路３２９號１樓	海科茶坊專賣店	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里北寧路３８６號１樓	阿拉拍奇早餐店	56	餐飲業

行政區	地址	營業名稱	行業代號	行業別
基隆市中正區	砂子里北寧路３９０號１樓	周廚紅燒牛肉麵	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里北寧路３９２號１樓	大洲冷飲店	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里觀海街２０號１０樓	水漾芭里小吃店	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里觀海街３３號１樓	小而美美食坊	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里觀海街４９號１樓	幸福早餐屋	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里觀海街５３號１樓	尚好呷麵食店	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里觀海街６１號	美美早餐店	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里調和市場１０４號	調和市場店舖１０４號	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里調和市場１０６號	調和市場店舖１０６號	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里調和市場１０６號	調和市場攤位１０６號	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里調和市場１０７號	調和市場店舖１０７號	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里調和市場１１４號	調和市場店舖１１４號	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里調和市場１２８號	調和市場攤位１２８號	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里調和街１巷２—１號１樓	八斗子張記粿仔湯	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里調和街１巷２號	賴燕臻攤販	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里調和街１巷３號	汪淑敏攤販	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里調和街１巷８號１樓	薇如複合式餐飲店	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里調和街１０號１樓	六石麵店	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里調和街２號騎樓	曾靖琁	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里調和街３之１號１樓	星星戀歌坊	56	餐飲業
基隆市中正區	八斗里八斗街１６４號	望優股小吃店	56	餐飲業
基隆市中正區	八斗里八斗街３５號	深美企業社	56	餐飲業
基隆市中正區	八斗里八斗街７８號１樓	忘憂居	56	餐飲業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２１１號	３號安活海鮮店	56	餐飲業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２１１號	基隆區漁會魚貨直銷中心熱食區第２號攤位	56	餐飲業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２１１號	基隆區漁會魚貨直銷中心鮮魚區第２１號攤位	56	餐飲業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２３９號１樓	永宸早餐店	56	餐飲業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２４２—２號１樓	阿忠師美食餐廳	56	餐飲業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２４２—６號	一粒珈琲	56	餐飲業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２４２號	阿慧海鮮小吃店	56	餐飲業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２４９巷２５之１號１樓	新營小吃店	56	餐飲業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２５２巷６—１２號１、２樓	八斗子漁港小吃店	56	餐飲業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２５２巷６之４號	圓頂義式咖啡館	56	餐飲業

行政區	地址	營業名稱	行業代號	行業別
基隆市中正區	碧砂里北寧路３１１—５號１樓	如意麵館	56	餐飲業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３２５－５號１樓	福隆便當店	56	餐飲業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３５２號	盧娟娟	56	餐飲業
基隆市中正區	碧砂里環港街６８號	春興水餃店	56	餐飲業
基隆市中正區	碧砂里環港街７２、７４、７６號１樓	海之星小吃店	56	餐飲業
基隆市中正區	碧砂里環港街８２號１樓，北寧路２７３號１樓	汎洋活海產店	56	餐飲業
基隆市中正區	砂子里調和街２６６巷４５號	玩得豐文化事業有限公司	58	出版業
基隆市中正區	砂子里觀海街１０８號８樓	忻智文化事業有限公司	59	影片服務、聲音錄製及音樂出版業
基隆市中正區	砂子里觀海街１５號４樓	現流仔文化科技工作室	62	電腦系統設計服務業
基隆市中正區	砂子里觀海街４８號１６樓	華將整合行銷有限公司	62	電腦系統設計服務業
基隆市中正區	砂子里調和街４８號３樓	海育資訊有限公司	62	電腦系統設計服務業
基隆市中正區	砂子里觀海街２１１號１３樓	智囊團有限公司	63	資料處理及資訊供應服務業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２８２號	有限責任基隆第一信用合作社八斗子分社	64	金融中介業
基隆市中正區	碧砂里環港街５號	基隆區漁會信用部	66	證券期貨及其他金融業
基隆市中正區	砂子里觀海街１９０號２樓	東雲股份有限公司基隆辦事處	67	不動產開發業
基隆市中正區	砂子里觀海街１０９號１５樓	金華企業行	68	不動產經營及相關服務業
基隆市中正區	砂子里觀海街４１號１樓	成璽不動產仲介有限公司	68	不動產經營及相關服務業
基隆市中正區	砂子里觀海街５２號１樓	伍捌零租賃住宅包租代管資產管理顧問有限公司	68	不動產經營及相關服務業
基隆市中正區	砂子里調和街２１０號１至６樓、２１０－１號	維德醫療社團法人	68	不動產經營及相關服務業
基隆市中正區	砂子里調和街２６６巷３號	悠活台北村社區管理委員會	68	不動產經營及相關服務業
基隆市中正區	砂子里觀海街９０號１６樓	富騰策略行銷有限公司	70	企業總管理機構及管理顧問業
基隆市中正區	砂子里調和街２１０－１號	君田股份有限公司	70	企業總管理機構及管理顧問業
基隆市中正區	砂子里觀海街２１３號１３樓	邦寧安防科技有限公司	71	建築、工程服務及技術檢測、分析服務業
基隆市中正區	砂子里觀海街７５號１３樓	萬事興廣告股份有限公司	73	廣告業及市場研究業
基隆市中正區	砂子里調和街２６號４樓	漁樂設計工作室	73	廣告業及市場研究業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷６１號	佳屋廣告社	73	廣告業及市場研究業
基隆市中正區	砂子里調和街１７—５號３樓	品希工作室	74	專門設計服務業
基隆市中正區	八斗里八斗街１４８巷２９之１號	俠客居室內設計有限公司	74	專門設計服務業
基隆市中正區	砂子里觀海街８號４樓	生活家設計工坊	76	其他專業、科學及技術服務業
基隆市中正區	碧砂里環港街５號３樓３０２室	臺灣漁業永續發展協會	76	其他專業、科學及技術服務業
基隆市中正區	八斗里八斗街５３號２樓	微笑玉珍有限公司	77	租賃業
基隆市中正區	砂子里北寧路３２７號三樓	巨欣管理顧問有限公司	78	人力仲介及供應業
基隆市中正區	砂子里觀海街１３３號５樓	群合物業管理顧問有限公司	78	人力仲介及供應業

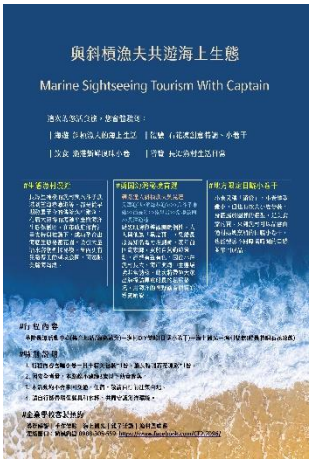
行政區	地址	營業名稱	行業代號	行業別
基隆市中正區	砂子里觀海街７８號１０樓	忠信人力資源有限公司	78	人力仲介及供應業
基隆市中正區	砂子里觀海街１０３號３樓	潔新環保工程行	81	建築物及綠化服務業
基隆市中正區	砂子里觀海街１６號１３樓	麗潔清潔管理行	81	建築物及綠化服務業
基隆市中正區	砂子里調和街２９０巷９２號１樓	立盟環保工程有限公司	81	建築物及綠化服務業
基隆市中正區	八斗里八斗街１４８巷４３號１樓	福盈清潔工程行	81	建築物及綠化服務業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２３３號	李瑞漢	81	建築物及綠化服務業
基隆市中正區	砂子里北寧路３９６巷５１—１號	安喜瑜珈療癒工作室	85	教育服務業
基隆市中正區	砂子里觀海街１６１號６樓	一品翻譯社	90	創作及藝術表演業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３６８—１號１樓	北寧彩券行	92	博弈業
基隆市中正區	砂子里觀海街４８號１６樓	女巫國際股份有限公司	93	運動、娛樂及休閒服務業
基隆市中正區	八斗里漁港三街６８號１樓	小丸子選物販賣機店	93	運動、娛樂及休閒服務業
基隆市中正區	八斗里漁港三街７０號	海洋樂園	93	運動、娛樂及休閒服務業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２４４號	昇鴻建設開發股份有限公司基隆分公司	93	運動、娛樂及休閒服務業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２９６—１號底層	魚樂天地有限公司	93	運動、娛樂及休閒服務業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３１５號底層	網路遊龍資訊館	93	運動、娛樂及休閒服務業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３７０之２號１樓	銅板娛樂企業社	93	運動、娛樂及休閒服務業
基隆市中正區	碧砂里環港街５號	基隆區漁會	94	宗教、職業及類似組織
基隆市中正區	砂子里八斗街２０號１樓	信益鐘錶行	95	個人及家庭用品維修業
基隆市中正區	砂子里北寧路３３９號	八斗機車行	95	個人及家庭用品維修業
基隆市中正區	砂子里北寧路４１０號	永發電機行	95	個人及家庭用品維修業
基隆市中正區	砂子里調和街２７—７號１樓	吉宏汽車保養所	95	個人及家庭用品維修業
基隆市中正區	砂子里調和街２７號	阿萬專業汽車美容工作坊	95	個人及家庭用品維修業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２６３號１樓	銘傑機車行	95	個人及家庭用品維修業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２７５巷１號１樓	隆進汽車保養所	95	個人及家庭用品維修業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２８０號１樓	達陽汽車工程行	95	個人及家庭用品維修業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３６２－２號１樓	阿勇捲線器行	95	個人及家庭用品維修業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３６４號１樓	狼御小店舖	95	個人及家庭用品維修業
基隆市中正區	砂子里八斗街２６號	黛妮髮型創意店	96	未分類其他服務業
基隆市中正區	砂子里北寧路３４３－１號２樓	小菲兒芳療工作室	96	未分類其他服務業
基隆市中正區	砂子里北寧路３８２之６號２樓	泰愛玲工作室	96	未分類其他服務業
基隆市中正區	砂子里觀海街５１號１樓	頂尖洗衣店	96	未分類其他服務業
基隆市中正區	砂子里觀海街６９號１樓	山海自助洗衣店	96	未分類其他服務業
基隆市中正區	砂子里調和街１３—５號１樓	啾愛狗寵物造型設計坊	96	未分類其他服務業

行政區	地址	營業名稱	行業代號	行業別
基隆市中正區	砂子里調和街１４號	麗髮院	96	未分類其他服務業
基隆市中正區	砂子里調和街１７—８號１樓	髮之玲髮藝工作室	96	未分類其他服務業
基隆市中正區	碧砂里北寧路２８９號１樓	來來理髮廳	96	未分類其他服務業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３１７號	許瑜謐	96	未分類其他服務業
基隆市中正區	碧砂里北寧路３６４之５號１樓	巧屋美容院	96	未分類其他服務業

四、 活動參與照片

<table>
<tr><th colspan="2">在地產業深度訪談</th></tr>
<tr><td> </td><td> </td></tr>
<tr><td>在地里長/居民訪談</td><td>在地產業訪談</td></tr>
<tr><th colspan="2">公聽會(說明會)辦理</th></tr>
<tr><td> </td><td> </td></tr>
<tr><td>整體計劃說明</td><td>漁民困境、課題蒐集</td></tr>
<tr><td> </td><td> </td></tr>
<tr><td>區域發展藍圖說明</td><td>業者/居民/議員共同激盪</td></tr>
</table>

長潭望海巷海灣產業合作方案 (36 小時輕旅行)	凝聚共識、課題蒐集 協助里民與海科化解紛爭
與在地連結-在地空間場域利用	產業深化輔導與解決方案 里長代里民表達社區困境
社區工作坊辦理	
里長帶領相關單位深入漁村踩點	社區閒置防空洞踩點蒐集

<table>
<tr><td> </td><td> </td></tr>
<tr><td>老船長潮間帶導覽解說</td><td>漁網 DIY 體驗活動</td></tr>
<tr><td> 

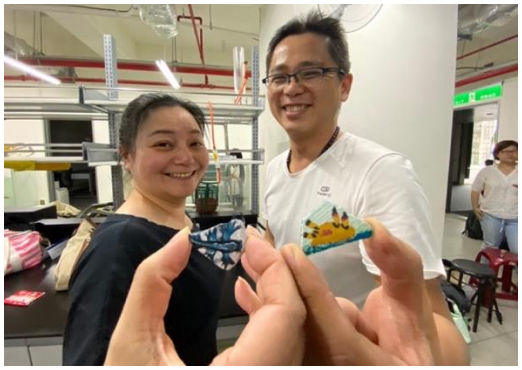
</td><td> </td></tr>
<tr><td>漁村漫遊產品組裝試行</td><td>在地漁民二代轉型娛樂漁船
帶領遊客遊覽海上生態</td></tr>
<tr><td> </td><td> </td></tr>
<tr><td>漁村一夜干 DIY 體驗
船長親自指導</td><td>邀請部落客與旅行業者評估遊程內容</td></tr>
</table>

漁村人才培訓課程-導覽解說	漁村人才培訓課程-實地導覽教學示範
漁村人才培訓課程-漁獲初級加工包裝	漁村人才培訓課程-季節漁獲創意料理
漁村人才培訓課程-漁村 DIY 體驗發想 彩色石花凍	漁村人才培訓課程-漁村 DIY 體驗發想 油漬小卷

<table>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td>
</td><td> </td></tr>
<tr><td colspan="2">海洋教育
認識海洋並瞭解小琉球現面臨課題</td></tr>
<tr><td> </td><td> </td></tr>
</table>

淨灘體驗

望海巷淨灘，淨灘工具介紹，實際參與淨灘



海灘貨幣與 DIY

分享小琉球海灘貨幣推行，並讓參與者藉由動手體驗的方式瞭解小琉球海灘貨幣獨特魅力

交流與回饋

藉由焦點討論，創建長潭里海灘貨幣、無塑海洋等相關素材，鏈結地方不同微型產業

社區共識營辦理

洄遊吧-洄遊知識、洄遊鮮撈、洄游潮體驗

洄遊吧-定置漁網解說

七星柴魚博物館分享轉型過程	標竿借鏡

五、 場域規畫公聽會

(一) 第一場公聽會(說明會)

1. 辦理目的

計畫為將場域有效的進行景觀美化及環境友善設施改造規劃，區域包含復育公園、潮境公園海堤、潮間帶、長潭里漁村、長潭漁港、望海巷漁港、望海巷漁村及其串聯道路，海域部分涵蓋本市行政區內所轄望海巷海灣海域，建置符合生態休閒活動場域，產業發展處將自 107 年執行至 109 年以區域階段性發展成果，讓在地民眾有共識與了解地區發展，透過社區操作議題，從社區的角度，找到居民集體生命經驗，爰規劃「場域規劃公聽會」活動，由市政府產發處與地方行政主管共同辦理，與在地居民、團體分享望海巷海灣的變化與成果，更希望建立與在地居民雙向交流的平臺，由下而上蒐集在地民眾對於望海巷海灣現在及未來發展之期待與建議，以作為基隆市望海巷海灣串聯計畫場域規劃之參考。

2. 時間

107 年 12 月 27 日(四)下午 2 點 00 分~4 點 30 分

3. 地點

換番長青聚會所(基隆市中正區北寧路 387 號之 3)

4. 辦理對象

長潭里與望海巷漁村居民、餐飲業者、旅宿業者、運動及休閒娛樂服務業者、相關公協會代表、機構團體及有意返鄉或投資在地之潛力業者。

5. 議程

時間	議程內容	主講者
13:30~14:00	報到	
14:00~14:10	開場	基隆市政府產發處 長潭里里長 中衛計畫主持人
14:10~15:00	案由：基隆長潭漁港及望海巷之在地升級或轉型需求與面臨困境。 說明：1.傳統望海巷漁港轉型；2.活動中心及上架廠空間改善；3.海岸景觀資源美化及友善設施改造；4.科技化智慧生活及行動支付。	中衛中心

時間	議程內容	主講者
15:00~15:50	意見交流與回饋	全體出席人員
15:50~16:00	其他臨時事項討論	全體出席人員
16:00~	賦歸	

6. 會議記錄摘要

(1) 觀光發展面

A. 漁民建議可建置觀光漁市，讓遊客到此地可買到最新鮮的漁貨，無需至崁仔頂漁市喊價。

B. 當地人潮已逐漸興起，但產業服務量不足，漁民與里長期望規劃區域內可以發展的消費模式帶動周邊觀光商機:彩繪、導覽、親子遊樂園、市集等。

C. 建議可取得停車地幫遊覽車洗車或收停車費，管理可交由社區經營作為營收。

D. 漁民提出未來地區轉型發展確實可嘉惠到業者並帶來實質收入，但也需考量實際住民之生活品質，使在地居民生活不要受太多干擾，建議應取得其平衡點。

(2) 培力輔導面

A. 因漁民先前有被大財團欺騙之先例，期望未來區域發展可以實質創造當地人民就業之機會，並提供在地漁民轉型娛樂漁業之作法，例如：輔導了獨木舟業者卻沒有輔導當地業者？辦市集活動卻沒有邀當地漁民一同擺攤？青年旅宿如何與獨木舟業者合作？

B. 在地娛樂漁船事業業者銘隆號樂意藉由其企業體整合多方資源，並協助漁民受訓、相互合作合理分潤，以合法投入運用漁船載遊客潛水、釣魚等水域活動。

C. 社區發展協會可整合在地漁民投入獨木舟事業、市集擺攤、導覽解說等多元休憩類服務。

(3) 陸域設施面

A. 潛水中心區域公共廁所數量不足且臭氣沖天，應增設並加強使用管理。

B. 遊客到八斗子火車站時，不僅下雨時無遮蔽物，到此地旅遊時甚至連廁所都找不到。

C. 強化遊客違規停車管理，如調和街、平浪橋周邊區域。

D. 潮境公園停車場指引牌應清楚明確。

(4) 水域活動面

A. 漁船作業會突然冒出潛水遊客出來，危險性高，應給予明確規範進行管制。

B. 關於保育區對漁民的影響，漁民表示不是不贊成保育，對於外來者也需強加取締與禁止在保育區捕魚。

(5) 共識網絡面

A. 建議市府將(硬體建設)計畫的規劃內容、進度，提供至產發處網站供民眾取得資訊。

B. 為避免未出席人員資訊落差，藉由此次會議說明聯絡機制：里長負責週知與生活大小庶務相關之里民，產業相關協會組織則負責週知相關業者、團體會員。

C. 國立海洋科技博物館於望海巷區域中將建立濱海休憩中心，將規劃有獨木舟教室、便利商店商店區、廁所等設施，居民期望國立海洋科技博物館可以提出關於產業合作、生活便利等之敦親睦鄰配套措施。

(6) 其他綜合意見

A. 未來發展將會以在地居民優先並運用在地優勢。

B. 請規劃團隊於下次說明會時，分析場域內可發展的項目，和目前旅客的消費型態，讓居民更了解其可從事對應的產業需求。

(二) 第二場公聽會(說明會)

1. 辦理目的

計劃將針對區域內產業及科技設施進行整體規劃，鏈結基隆中小創新產業投入，提供青年在地服務的機會，除鼓勵休閒服務、旅遊業等進駐外，亦吸引各科技單位以本區域作為開發場域，以望海巷海灣作為示範區，整合基隆市海岸資源，提升海洋產業經濟價值。因此，產業發展處將以區域階段性發展成果，讓在地民眾有共識與了解地區發展，透過社區操作議題，從社區的角度，找到居民集體生命經驗，爰規劃「場域規劃說明會」活動，由市政府產發處與地方行政主管共同辦理，與在地居

民、青創業者、團體分享望海巷海灣的變化與成果，更希望建立與在地居民雙向交流的平臺，由下而上蒐集在地民眾對於望海巷海灣現在及未來發展之期待與建議，以作為基隆市望海巷海灣串聯計畫場域規劃之參考。

2. 時間

108 年 04 月 25 日(四)下午 7 點 00 分~9 點 00 分

3. 地點

長潭里漁民活動中心(基隆市中正區北寧路 396 巷 68 號)

4. 辦理對象

長潭里與望海巷漁村居民、青創業者。

5. 議程

時間	議程內容	主講者
18:30~19:00	報到	基隆市政府產發處 中衛計畫主持人
19:00~19:10	開場	
19:10~20:00	重點：區域產業未來發展定位 說明：針對 3 月 20 日工作坊討論事項，綜整說明並闡述區域產業未來發展定位與未來藍圖規劃。	中衛中心主持人
20:00~21:00	意見交流與回饋	全體出席人員
21:00~	賦歸	

6. 會議記錄摘要

(1). 陸域設施問題

A. 居民反應停車問題，未來建議將導入增設接駁公車、電子柵欄或攔截點管控遊客，國立海洋科技博物館亦也在規劃室內停車場當中。

B. 張顥瀚議員建議可徹底發揮調和街轉運站功能(調和街轉運站已建置完畢)，除了柵欄外也可提出其他適當之方法解決交通問題。

(2). 觀光發展面

A. 因望海巷區域指標不明確，居民建議可在現有國立海洋科技博物館容軒內設置遊客服務中心，使遊客對此區旅遊景點有全面性之瞭解。

B. 張淵翔議員建議應廣納各級業者及發揮運用國立海洋科技博物館周邊產業區域，如夜宿國立海洋科技博物館、館內露營區以及增設便利商店...等等。

C. 張顥瀚議員建議此區產業規畫同步可結合八斗子地區的各項產業規畫。

D. 雞籠卡米諾建議可推廣與拓展在地導覽解說商機與傳統體驗之服務。

(3). 培力輔導面

A. 未來若照藍圖規劃中擁有商機與發展性，有興趣投資該區之業者，希望能給予後續輔導資源。

B. 里長表示導覽解說人員確實是在地居民可著力的部分，希望可安排相關課程培訓在地居民。

(4). 其他

A. 未來如需辦理以漁民為主的說明會，可挑農曆 14/15/16 日，天氣可能較不好之區間。

B. 將來會針對耆老部分安排訪視，挖掘在地更多之故事與歷史。

(三) 第三場公聽會(說明會)

1. 辦理主題

長潭望海巷海灣產業合作方案(36 小時輕旅行)

2. 辦理目的

凝聚區域利害關係人共識，在現有望海巷海灣場域硬體建設下，將軟體導入，將區域發展層次提升至海洋科技園區運籌基地，讓供給端能夠銜接市場需求，為地方居民提供就業機會，以說明會方式討論區域輕旅行產業合作方案，建立與在地居民雙向交流的平臺，由下而上蒐集在地期待與建議，以作為基隆市望海巷海灣串聯計畫產業規劃之參考。

3. 時間

108 年 8 月 16 日(五)上午 10 時到 12 時 30 分

4. 地點

基隆中正區潮境海洋中心 3 樓(基隆市中正區北寧路 369 巷 61 號)

5. 辦理對象

海科館、在地與周邊產業、居民、地方領袖、利益關係人、相關公協會。

6. 議程

時間	議程	內容
10:00-10:30	報到	
10:30-10:40	開場與致詞	基隆市政府、中衛發展中心
10:40-11:00	整體計劃簡要說明	主持人：中衛發展中心
11:00-11:20	前次會議決議與回覆	主持人：中衛發展中心 1. 廣納各級業者相互合作運用在地與周邊資源。 2. 推廣與拓展在地導覽解說商機與傳統體驗服務。 3. 針對有興趣投資該區之業者，希望能給予後續輔導資源。 4. 安排導覽解說相關課程培訓在地居民。
11:20-12:00	主題回饋之收集	主持人：中衛發展中心 議題: 望海巷海灣產業合作方案 說明: 1. 36 小時輕旅行路線檢視 2. 36 小時輕旅行吃喝玩買之產業配套方案 3. 收集各級業者合作之困境與需求
12:00-12:30	參與者回饋	主持人：中衛發展中心 **供午餐
12:30	賦歸	

7. 會議記錄摘要

(1) 漁業加值面

A. 里長希望當地漁產可留在當地，在產量不豐時無需送至崁仔頂漁市遭削價，讓當地居民共同參與並讓遊客到此地可買到最新鮮的漁貨。

B. 漁業為長潭地區重要的獲利產業，科長建議可建置示範直售所，集結漁民的不同漁獲(鯖魚、鎖管、白帶魚...等等)，根據顧客需求於直售所產地販售或宅配。

C. 現場初步調查可提供漁獲之居民: 共 5 位(里長鍾麗美、漁娘船情林素卿、萬順活海產曾顏順、吳錫陵、居民 A)。

(2) 漁村導覽培育面

A. 海大王彙喬教授非常贊同導覽員之培訓，地方需有會說故事之居民或二代青年(於漁村長大之青年)帶頭示範導覽，如 6 月 18 日小旅行示範青年-吳昆達船長，以吸引與激勵居民共同投入。

B. 望海巷與潮境公園的硬體設施已優於八斗子，各踏點處皆有導覽牌設立，八斗子地區目前還是都由漁村媽媽口訴，因此，此區導覽業是非常有競爭力的。

C. 為型塑與串聯海洋觀光廊道，需加強與八斗子漁村地區之嫁接。

D. 草鞋租賃方面，若只單純從事草鞋租賃業，需負擔遊客安全之責任，可效仿八斗子地區作法，以帶團導覽的方式，以確保遊客安全，帶領遊客踏點與講解長潭歷史淵源與海科館的重要性，甚至可激起遊客好奇心重遊潮境海洋中心。

E. 從漁獲販售到漁村導覽，里長表示居民們其實就是一條龍，都很願意參與也都具備實力。

F. 現場初步調查可參與導覽之居民: 共 3 位，里長鍾麗美、漁娘船情林素卿、居民葉文欽

(3) 水域活動面

A. 漁船作業與各項水域活動業，皆有海洋衝突的疑慮，危險性高，應給予明確規範進行管制，例如:爭論不休的漁船航道與潛水範圍之劃設，動力較強之漁船經過獨木舟是否會造成無動力獨木舟翻覆，港口以外漁船是沒有航道規劃的，獨木舟與漁船易產生衝突，任何水域活動規劃都需搭配明確且嚴謹之安全配套方案。

B. 漁會總幹事建議潛水處(潮境海洋中心週邊)可設置潛水服務區讓當地居民與耆老管理潛水時間與人潮，每位下水遊客皆需酌收場地費與戴上辨識手環，不僅可管控潛水人潮量亦可促進社區經濟活絡與參與率。

C. 獨木舟體驗也可建置停靠碼頭讓當地居民與耆老協助管理。

D. 夜潛目前屬不合法活動，張淵翔贊同此項活動並期望未來有機會合法化。

E. 海大王彙喬教授建議海科館可開設培訓課程協助當地二代成為潛水與獨木舟專業教練，吸引青年洄遊家鄉。

(4) 陸域設施面

A. 當地居民葉文欽建議先前望海巷(八斗子海邊、隧道口)之建商已倒閉，期望未來政府可重新推動招商，建置觀光旅館以爭取東北角之觀光往留居所; 對面望海巷放水燈場域則可設置收費停車場，增加觀光收益。

B. 長潭漁港進入港邊處有一彩繪空屋(北寧路 367 巷)，居民認為是交通死角，建議調查土地所屬，評估是否可拆除妥善應用。若可拆除，建議海科館可將空地整建為小花圃，其十字路口便可開拓視野。或者規劃為小型停車空間供遊客參訪對面之臺灣水準原點石碑。亦或設置長潭意象或潮境尖仔鼻新舊展示於此路口，強化遊客對此區之記憶點。

C. 由於潮境公園內無遮蔽走廊，夏季時，遊客與居民皆曝曬行走，里長建議設置遮蔽走廊，延長顧客黏性。

(5) 其他產業面

A. 目前潮境公園 7 間景觀餐廳，土地都屬公園用地，張淵翔議員建議盡快解決土地不合法之議題。

B. 民宿協會理事長表示住宿也是非常重要的一樣項產業，民宿即是庶民經濟，只要有自由行就是民宿的天下，並可同時帶來食、衣、育、樂，因此民宿是產業發展不可或缺的一環，但基隆因為舊房子多，很多因營建問題無法轉型民宿。望海巷位於新北與基隆之樞紐位置，未來希望透過輔導地方再生，加入文化因子，能催生基隆更多民宿的設置。

C. 現場初步調查可參與漁村風味菜: 共 3 位，里長鍾麗美、大方合展有限公司、居民 A

D. 現場初步調查可參與民宿業: 共 1 位，船長朱忠義

(6) 其他綜合意見

A. 潮境公園與 20 年前最大的差異便是人潮，施主任建議各產業需合作促成潮境商圈，包含餐飲、娛樂、民宿，並可將海

洋相關主題獨木舟納入發展特色民宿。海科館在當地也會一直扮演著示範的角色，催化各項產業之結合共同發展。

B. 舉辦可促進當地與國際觀光產業發展之活動，引入人潮。

C. 關於安全的議題，海科館一直以來都有在加強宣導。

(四) 第四場公聽會(說明會)

1. 辦理主題

產業深化輔導與解決方案

2. 辦理目的

凝聚區域利害關係人共識，在現有望海巷海灣場域硬體建設下，將軟體導入，將區域發展層次提升至海洋科技園區運籌基地，讓供給端能夠銜接市場需求，為地方居民提供就業機會，以說明會方式深入探討各項產業輔導方向與行動解決方案，建立與在地居民雙向交流的平臺，由下而上蒐集在地期待與建議，以作為基隆市望海巷海灣串聯計畫產業規劃之參考。

3. 時間

108 年 09 月 16 日 10 時 30 分~12 時 30 分

4. 地點

長潭里漁民活動中心(基隆市中正區北寧路 396 巷 68 號)

5. 參與對象

海科館、在地與周邊產業、居民、地方領袖、利益關係人、相關公協會。

6. 議程

時間	議程	內容
10:00-10:30	報到	
10:30-10:40	開場與致詞	基隆市政府、中衛發展中心
10:40-11:00	整體計劃簡要說明	主持人：中衛發展中心
11:00-11:20	前次會議決議與回覆	主持人：中衛發展中心 (1). 8/16 說明會區域產業合作意願之回饋分佈。

		(2). 各項產業培訓課程時間與內容(漁業加值、導覽培訓、漁村風味餐、伴手禮包裝...等等)。 (3). 陸域建設(彩繪空屋)未來規劃方向回覆。
11:20-12:00	主題回饋之收集	主持人：中衛發展中心 議題: 產業深化輔導與解決方案 說明: (1).針對在地居民與週邊業者，根據上次會議回饋內容提出合作方式與解決方案 (2).確認進度與提出各級業者合作之輔導作法 (3). 收集各級業者合作之困境與需求
12:00-12:30	參與者回饋	主持人：中衛發展中心 **午餐供應
12:30	賦歸	

7. 會議記錄摘要

(1) 民宿發展面

A. 生態藝術村的區域範圍，是否已有盤點出閒空間還是僅是概念。(民宿文化觀光協會)

B. 科長: 根據先前 36 小時微旅行的旅遊規劃路線，生態藝術村範圍擴及望海巷漁村、海科容軒步道、防空洞與孫運璿故居...等等，未來期望能推廣這些隱藏之旅遊資源。

C. 基隆目前獨棟房屋的狀況都沒問題，不少民眾對於民宿是有興趣且期待的，期望未來可於漁村培力課程導入日本相關民宿申請與規劃輔導案例參酌。(民宿文化觀光協會)

D. 有些居民住宅有一兩間可釋放之空房，若不符民宿規格，需修繕的話政府是否有補助經費或者居民需自費修繕。(里長)

E. 若日後背包客棧或民宿開始營運，交通會是一個重要問題，民眾車潮湧入，極有可能造成居民困擾。帶來觀光的同時應考量居民住宿品質。(里長)

F. 日後將會開設民宿相關課程，邀集交旅處到場，針對民宿相關問題直接解答。(副處長)

G. 現場初步調查可提供自宅空屋: 共 1 位，居民葉恒菁(代理人: 葉淑花)。

H. 簡美珍提及自己住宅隔壁有空屋，她可協助詢問屋主的出租意願。

(2) 漁村導覽培育面

A. 簡要說明 8 月 27 日示範遊程的流程細節內容涉及哪些產業需求，並初步調查現場居民的意願數量與名單。

B. 現場初步調查有意願參與漁村導覽解說之居民: 共 1 位，居民葉淑花

C. 現場初步調查有意願參與漁村 DIY 體驗教學之居民: 共 1 位，劉正倫

D. 現場初步調查有意願加入漁村風味餐特色料理之業者: 共 2 位，長潭社區發展協會、藻樂趣

E. 海藻相關手工藝 DIY，在長潭已營運長久，新鮮感已消失，應可納入海科館近日開發之與船相關手工藝 DIY，後續亦可至其他城市觀摩其他不一樣的手工藝項目。(里長)

F. 漁村導覽、漁村風味餐與 DIY 體驗是一條龍的，目前長潭社區在導覽與風味餐皆有在營運，但關於漁獲行銷之議題待輔導提昇，如何不送往崁仔頂市場賤價銷售並吸引外地人直接於產地購買，是目前長潭社區面臨之重要課題。

(3) 漁獲加工面

A. 關於直售所漁獲初級加工部份，期望鎖管商業包裝能朝向規格化，分級、分包與分大小隻，厚度與寬度則愈薄與愈寬愈好，不僅方便商家使用，退冰後鮮度亦能維持，提高品質也能拉高售價。(藻樂趣)

B. 業者希望可建立漁獲一級加工處理管道，送入餐廳之前已完成前期處理，減少時間成本。(藻樂趣)

(4) 水域活動面

A. 除了推廣漁村觀光旅遊外，亦需考量社區全區產業，關於舢舨營運，望海巷與長潭漁港皆有部份漁民經營不善，日後應針對舢舨提出轉型策略方案。

(5) 陸域設施面

A. 硬體設計施工程施工之前，應與居民召開說明會，提供施工區域圖面並與居民溝通討論，納入居民意見為規劃考量。(里長)

B. 當初海科館在規劃解邊時，失去非常好的機會改善土地問題，朱忠義船長的民宿土地，小小一塊地經過了 5 年才突破，建議未來從公廁設置點開始討論區域發展。

C. 土地分區是一個很大的議題，產發處可作為為一個溝通窗口建請相關局處評估改善。(副處長)

D. 海科館雖有 280 餘個停車位，但還是遠遠不及假日的人潮量，建議加強公共運輸(交工接駁)以串聯景點間之短途載運，減少自用小客車進入。(藻樂趣)

E. 此區氣候較兩極，11 月至明年 5 月，東北季風來臨易下雨; 6 月至 10 月中，氣候又非常炎熱需搭配海上遊程，因此需針對不同季節、時段與不同目標族群，設定差異化遊程。因各個產業鏈之間需有獲利之空間，定價不宜太低須考量通路成本，若旅行社或異業未獲得該有的利潤，即會打消合作念頭。(藻樂趣)

F. 接駁車對於此區之觀光旅遊非常重要，質疑討論已久之調和轉運站為何還未完工。(導覽員)

(6) 異業結盟面

A. 海科舘與長潭社區之間似乎無對接情況，社區產業與遊客也無對接，建議可於海科館文物窗口裡，配放長潭社區行程簡介，遊程配套方案與美食簡介...等等，加強雙方鏈結強度。(藻樂趣)

(7) 共識網路面

A. 於里民大會時簡短說明計畫內容以加強上下溝通之瓶頸。

(五) 第五場公聽會(說明會)

1. 辦理主題

海灣未來進行式

2. 辦理目的

基隆市未來海洋產業以優化水產食品及海洋休閒產業建立智慧型海洋產業園區為目標，其中大八斗子區域，同時具有水產食品產業與海洋休閒產業潛力，且人文介面豐富，智慧觀光漁市與生態休閒漁村共存。因此以循環經濟、在地創生、數位體驗三個面向跨域推動與整合八斗子東西兩岸。

為呈現本年度計畫成果，策畫以「漁村、人、生態」為主題，展現漁村轉型營造的年度小結，並透過分享與交流，跨域整合行銷望海巷海灣，活絡社區間關係，挖掘更多在地漁村精彩面貌與活化潛力，以作為明年度推展循環經濟與數位體驗所需之人文地產景元素，以促進八斗子東西岸串聯。

3. 時間

108 年 12 月 20 日 14 時 00 分~16 時 00 分

4. 地點

長潭里漁民活動中心(基隆市中正區北寧路 396 巷 68 號)

5. 參與對象

海科館、在地與周邊產業、居民、地方領袖、利益關係人、相關公協會。

6. 議程

時間	內容	主持人/主講人
13:30-14:00	報到	
14:00-14:10	開場與致詞	基隆市政府產業發展處
14:10-14:50	今年社區推動成果說明: 針對今年我們盤點的漁村靈魂人物、故事、社區推動與共識凝聚的成果做一個綜整呈現。 未來願景說明: 未來海灣整體願景布局、望海巷的輕旅行人流串聯路線與總體戰略。	財團法人中衛發展中心
14:50-15:20	專題分享 產品理念: 用故事讓人潮洄游 產品說明: 利用網頁爬蟲、語意分析技術建置語料庫，聊天機器人-斗尼爺爺，提供智能答詢服務及推播功能；並針對使用者的問答軌跡做資料蒐集，進行客群分析，達到精準再行銷。	斗尼爺爺團隊
15:20-16:00	交流小聚	財團法人中衛發展中心
16:00	賦歸~	

(六) 第六場公聽會(說明會)

1. 辦理主題

   漁港、漁村轉型契機

2. 辦理目的

   (1) 分享國內外漁港轉型成功案例吸引居民激盪討論。

   (2) 刺激漁村聚落自主改善轉型與強化產業創生能量。

   (3) 針對產業升級或轉型之迫切需求，滾動式調整研擬對策。

3. 時間

   109 年 04 月 30 日 9 時 00 分~10 時 00 分

4. 地點

   基隆市潮境海洋中心(基隆市北寧路 369 巷 61 號)

5. 參與對象

   海科館、在地與周邊產業、居民、地方領袖、利益關係人、相關公協會。

6. 議程

時間	內容	主持人/主講人
08:50-09:00	報到	財團法人中衛發展中心
09:00-09:10	開場與致詞	基隆市政府產業發展處
09:10-09:30	國內外漁村轉型案例分享	財團法人中衛發展中心
09:30-09:50	在地漁村(長潭、望海巷) 轉型策略與樣貌建議與討論	財團法人中衛發展中心
09:50-10:00	交流回饋	財團法人中衛發展中心

(七) 第七場公聽會(說明會)

1. 辦理主題

   望海巷親水活動發展規劃說明

2. 辦理目的

   (1) 透過個案分享，認識國內外水域活動產業營運推動模式。

   (2) 探討在地親水活動發展與管理規劃推動建議。

(3) 滾動式調整海域活動產業推動作法、配套措施以及管理規劃細節。

3. 時間

108 年 06 月 04 日 10 時 00 分~12 時 00 分

4. 地點

基隆市潮境海洋中心 3 樓 (基隆市北寧路 369 巷 61 號)

5. 參與對象

海科館、在地與周邊產業、居民、地方領袖、利益關係人、相關公協會。

6. 議程

時間	內容	主持人/主講人
09:30-10:00	報到	財團法人中衛發展中心
10:00-10:10	開場與致詞	基隆市政府產業發展處
10:10-10:40	水域/親水活動發展帶動地方產業與案例	教育研究所/師資培育中心 嚴佳代/博士
10:40-11:00	在地親水活動發展 與管理規劃說明	財團法人中衛發展中心
11:00-12:00	交流回饋	財團法人中衛發展中心

7. 會議記錄

(1) 污水處理面

A. 附近有些商家、餐廳會不斷地排廢水，雖然有舉發，但是並未有改善的效果。

B. 污水的部分一直都有在做反應，那有消息指出相關單位會完成合法建築物污水的接管。

(2) 海洋保育面

A. 遊客進入保育區內會有一些違法的撈捕、捕捉行為，雖然也有勸導、糾舉，但這必然不是長久的應 對之策，所以在往後是誰以及該如何來維持、處理需要去規劃及解決。

B. 畫保育區的初衷是為了要改善棲地，針對上述提及的問題不論是污水、潮間帶、浮標等問題，需要彼此互相一同集思廣益並解決，方可讓大家在各自的領域好好的經營。

C. 保育區的巡邏，也會盡可能積極的向漁業署申請巡護員的經費，以目前來說，假日屬於熱門時段，因此有委派兩位巡護員在定時定點做巡邏、勸導，那在未來可能會恢復到一個模式：設置總量管制口、要有導覽員帶領才可以進入、採預約制等，希望這件事情可以由海科館帶領居民一同施行，讓服務回到社區居民手上共同參與。

D. 潮境公園保育區的設置可以讓海洋生物（魚）有機會、有地方可以繁殖，對於漁民而言是好的，但是仍然有漁民抗議，不過在問題的根本上源於管理制度、辦法，若要有良好的發展，建議要建立出好的管理規則。

(3) 水域活動面

A. 在潛水這部分面臨的問題是：

- 在下水時需要下錨，但是會因此海裡的生物（珊瑚），若是改以浮標綁線入海的方式，又會與漁民產生衝突，漁民會認為佔有了過多的區。
- 目前與漁民是處於對立的狀態，因此就無法夜潛，那當遊客玩完就要回去，那有辦法把他們留著嗎？如若有辦法發展夜潛，就有機會將住在外縣市的旅客留在基隆住宿，就可以把人留下來消費。
- 在夜潛的部分可以制定規範，採取登記的方式，在總量上進行管理，並且需要有相當的潛水資格才能夜潛，至於夜潛時間的長短也可以進行管理、管制，若是夜潛的總量管理做起來了，在將來白天的總量管理也可以容易的實施。

B. 以娛樂漁船來說是從事娛樂行為的，當他們載客進行海上旅遊休閒活動時，卻經常性地被檢舉，在遊艇的部分也是，被檢舉有商業行為，讓業者彼此不斷產生對立，請問觀光還要如何能成型？這殃的問題也是需要麻煩處理解決。

C. 潛水的部分，在界標上的劃分是需要與大家共同討論的，讓漁民可以有安全的防護線亦可讓大家都可以使用，由政府來設置公錨。

D. 夜潛的限制來源於觀光發展條例-水域遊憩行為的法令，希望可以跟大家的是：以總量管制潛艇的方式帶回去內部再進行討論，不論是白天還是夜間都進行總量的控管，但是不要限制晚上不能潛水。

E. 在潛水的部分，應該要有上、下的碼頭，並且要有管理員以及相關的管理辦法，建議可以讓老漁民參與管理，採收費制並做總量的管控，在收費的同時應該要建置一些設施(廁所、淋浴設備）供進入的人使用，這樣才不會有遊客反彈，無論如何都應該要有人去管理。

F. 建議基隆市政府可以劃分獨木舟碼頭、遊憩碼頭等，這樣就可以引入遊客，帶來經濟效益。

G. 總量管制雖然會照成潛水客的影響，但是以整體面來說是好的。

H. 建議可以參照維多利亞港的水上經營模式，由公部門管理，民間承攬。

(4) 陸域設施面

A. 建議在長潭里蓋一棟建築物，一樓可供漁民做漁獲販賣，第二層可以是餐廳，第三層則為展示廳、觀賞台。

B. 從望海巷到潮境都很缺乏淡水沖洗的設施，沒有沖洗設施會成為遊客下水的障礙。

C. 岸上基礎設施是很容易解決的，因為在現場是有場域可以建設的（停車空間、樹下），所以只要編列預算即可，但目前無法立即建設，因為有天際線的問題（八斗子火車站出來要維持原始樣貌），如果有預算可以做公共建設和商業運營，這邊的走向會有兩個：做一個浮動碼頭，它是一個 OT 案給業者固定船在那裡，這裡就會牽涉到沒有標到的人可不可以做，這是公共服務的部分，建議若前瞻有機會規劃基隆的水域活動自治條例，如範圍太廣也可縮小成望海巷、潮境得水域活動自治條例，可與新北一同討論，希望可以往公共服務和 OT 為走向。

D. 在停車場旁邊還有一個場館，所屬是海科館，但其實應該可以善加利用，包括倉儲、教室（教育推廣的目的）可以納管，可以變成有完善設施功能的水域遊憩環境，一次性是對地方沒有好處的，在場館上、設施上等好好的結合會帶來長期的幫助。

(5) 異業結盟面

A. 建議可以在議案中加入文化性、歷史性、藝術美感等元素，是會有加分效果的。

B. 在場館的部分，目前面臨的問題是需要有人出面統合、統包去做管理，因為海科館由於財務上的限制，目前在這塊沒辦法提供適當的人力、資源，因此較傾向「民營」。

(6) 共識網路面

A. 風景特定區這一段是不是也包含望海巷在內？如若包含，是否再細則的部分運轉更多細則的管理，涵蓋業者的規範、法規上下面的串連前進、漁會統合等，在這樣的規劃執行中是需要跨部會跨部門共同合作的。

B. 在規劃發展的過程中，建議可以將居民也納進去考量。

C. 海科館的設置，對當地有好有壞，好的部分是收益增加，但在壞的部分則是交通壅塞等，因此這些都是需要溝通、討論的。

D. 望海巷除了有做跨橋還有坡道上的維護，那在這邊希望可以藉由溝通、討論的方式，更了解大家的需求，這樣才能做出相對應的規劃。

(八) 第八場公聽會(說明會)

1. 辦理主題

望海巷海灣推動專家會議

2. 辦理內容

壹、 時間：109 年 9 月 22 日（星期二），上午 10：00-下午 12：00

貳、 地點：基隆市政府產業發展處會議室（基隆市中正區信二路 301 號 3 樓）

參、 主席：基隆市政府產業發展處 鄭永陽副處長

肆、 出席人員

一、 基隆市政府產業發展處副處長鄭永陽及相關科室人員

二、 專家列表（共 12 人出席）

李明安 國立臺灣海洋大學 副校長 / 環漁系 教授

夏光耀 行政院農業委員會漁業署漁民組織科 科長

張淵翔 基隆中正區 議員

張顥瀚 基隆中正區 議員

高仁山 台灣經濟研究院 南部專案辦公室 主任

曹校章 國立臺灣海洋大學體育中心 教授

嚴佳代 國立臺灣海洋大學教育研究所 助理教授

林宗富 台中市中都農業生產合作社 執行長

陳麗淑 國立海洋科技博物館產學交流組 主任

施彤煒 國立海洋科技博物館典藏教育組 主任

車雅惠 基隆市民宿觀光文化發展協會 祕書長

陳文欽 基隆區漁會 總幹事

三、 財團法人中衛發展中心 相關人員

伍、 主席致詞：

基隆市政府產業發展處鄭永陽副處長致詞

陸、 業務單位報告：

望海巷海灣規劃願景與發展策略（含重點發展區域構想）

柒、 綜合討論：

議題：

- 有關望海巷海灣規劃構想、願景架構與發展策略，請專家給予建議指導
- 有關本次發展目標、訪談質化分析與課題對策，請專家給予建議指導
- 有關望海巷海灣重點區域構想部分，請專家針對策略內容之短、中、長期、合適性與可行性，給予建議指導
- 其他可能之本區域產業藍圖與執行作法建議

（以下依發言順序）

1. 張淵翔（基隆市中正區 議員）

- 有關計畫簡報「生態的海洋運動」項下「岸潛」規劃所提及之海底的「玫瑰花園」請在釐清並說明確切標的。
- 建議計畫針對本案標的後續發展應著重於「親近海洋」，讓更多的民眾能親近海洋，藉以促進民眾想去了解、研究，這樣才能讓基隆的海洋產業發展或鄰近的海洋科技博物館入館率提升。其推廣方式不能只侷限於舉辦活動，而加強考量如何加深親近海洋。
- 要讓民眾親近海洋，應考量安全性及舒適的場域，目前場域仍有許多需要再進行調整，例如：現有無動力訓練基地（望海巷），因為標金過高，所以沒有業者有意願進駐。
- 綠色運具的部分建議可以規劃優惠配套措施，例如：搭乘交通工具

前往或車輛停在轉運站時，海科館或附近商家可以給予優惠（門票、商品打折），或是換取海廢貨幣（可由海科館發行）、紀念品等。

- 目前已有當地人提出包年或包月的停車方案，建議海科館可以提供給需要的人申請使用。
- 潮境公園停車入園之後沒有良好的管理管制（園區內路邊停車情況嚴重）。
- 潮境公園潛水區在氣瓶擺放處，常出現有民眾躺在地上休息的狀況，在觀感上不佳，應要良好的管制、規範。
- 長潭里的漁港設施改善效果佳，外籍漁工及在地漁民生活品質有所提升。
- 八斗子-望海巷之間的主要道路交通塞車問題，係平浪橋、長潭里港邊道路的進出問題，應該要設置柵欄，尤其假日應加強管制。
- 海科館有規劃濱海植物園區，在園區內有諸多天然、人工的步道與八斗子漁港及長潭里漁港串聯，並且透過志工或教材內容對步道進行介紹，建議也可將此納入產業規劃內容。

2. 高仁山（台灣經濟研究院 南部專案辦公室 主任）：

- 規劃的內容雖然豐富，但缺乏「當地元素（歷史背景、文化）」：望海巷以前是地下（海底）礦坑、海科館過去是火力發電廠等背景，建議多加考慮並加入規劃。
- 長潭里漁港跟沙子圍中間的地下水道（以前的河道）需要流通，生態才會豐富。
- 規劃要以人為出發點，從當地居民、遊客、當地經濟活動需求這三個重點來規劃。
- 水域活動只有 3 至 6 個月，本計畫應要考量全年的經濟模式（活動）完整考慮與說明。
- 本區域的夜間活動目前並沒有被列入（堤岸釣魚、船釣等），建議可與日間活動一併考量。
- 本計畫與海科館的串聯應加強說明，並建議海科館要有更多的外溢效果。
- 當地舊有原本的元素需要找回、保存，如傳統漁村生活，將在地一年四季居民所做的活動串聯重新包裝再去行銷。
- 在規劃、實施上要考慮互相共榮，除來帶來了外來的消費、也要提升當地居民的居住品質。

3. 施彤煒（國立海洋科技博物館典藏教育組 主任）

- 海灣灣區短期：以教育部觀點而言，要建立出永續海洋的示範舞台，在教育、產業上要永續，從傳統漁業多元利用、延伸發展到休憩漁業、水域遊憩。
- 建議報告應加強論述，利用現有經費完善望海巷（市政府）、濱海休憩區（海科館館區）的硬體設施並融合一體。
- 計畫中有關水域活動部分，休閒漁業、海洋觀光活動、傳統漁業的海域使用需要詳細的界定清楚。
- 海灣是共有的，因此可以透過產官學合作，各自發揮長處、功能，達到永續的目標，以海科館來說，為推行永續資源，因此會舉辦許多相關的教育活動，傳遞教育理念，並透過終身教育推展永續的概念，所以海科館如同一個平台，可以推動異業結盟，共同經營海灣。
- 在發展訂定規則的同時會涉及到法令的問題，因此在法令的修改（例如：漁港法規、船舶相關規則）上是需要去釐清、處理的。
- 中期：提升大眾運輸系統服務並強力宣導，減少私人運具，如：調和街轉運站取代港邊停車場，讓漁會附近的腹地作為第一線大眾服務的空間，港邊停車空間則作為海洋觀光休憩空間。
- 建議中長期規劃應將和平島與望海巷廊帶的打通。
- 規劃內容應融入在地歷史文化元素，連結區域人文、歷史及文化資源。

4. 陳麗淑（國立海洋科技博物館產學交流組 主任）

- 本計畫有關海洋遊憩分區的使用及管理方式是可以再加強的（運用智慧科技協助）。
- 報告中望海巷水域活動容許量的依據來源並未標示。
- 海科館有下水評估保育區域狀況：目前的情況因為遊客下水有所破壞，目前的數值（1200 人）可能是有點高估，應再確認數值的計算模式。以澳洲為例，海域的維護係由在地業者發起，所以會更加珍惜。另外建議以使用者付費的概念向業者收取基本維護費，讓業者更珍惜區域。
- 有關於在地文化發掘與融入部分，可參考《八斗子女巫事件簿》的故事，發掘在地特色及歷史。
- 有關海廢貨幣部分，建議可運用代幣的機制，串聯異業整合。
- 有關漁業文化與海廢貨幣的永續機制，建議加強論述與說明。

5. 林宗富 （台中市中都農業生產合作社 執行長）：

- 計畫執行應以滾動式檢討方式，由執行單位執行過程中持續改善，但目前較重要的課題是，規劃中尚未定義出未來計畫執行單位為何。以中都經驗，推動在地永續時，政府角色應該逐漸退場，並由實際有商業模式的營運業者來執行。
- 規劃計畫架構龐大，內容精彩，為少見財務執行資料，執行團隊，經費需求，商業模式營運等。
- 資源盤整完備，事前工作齊全，在地化的脈絡可以再更詳細的釐清並將改為中後期經營。

6. 張顥瀚（基隆中正區 議員）

- 目前的計畫，在未來要如何執行的？請計畫團隊說明。
- 回歸地方歷史人文脈絡中人的區塊，有規劃了許多輕旅行，與地方社區、協會做整合，讓地方居民、民眾一同參與，透過公聽會、工作坊凝聚社區共識，以長遠的角度來看，應該要如何去經營、維持？在人才的培訓上又應該如何處理？（長遠性）
- 人口流失，但並未提到如何吸引返鄉？返鄉之後能夠（輔導）做什麼？達到加值創新。
- 區域的產業創新經濟發展（水域環境使用）要如何與漁民溝通、取得共識平衡？
- 交通管理模式上，可以先試算空間的容納量，將交通轉乘擴大到附近的八斗子碧砂漁港區及新北的水金九區域，將附近區域空間進行配套、串聯。
- 個人共享載具可以更多元：除了自行車可能還可以有其他例如滑板？

7. 李明安（國立臺灣海洋大學 副校長 / 環漁系 教授）：

- 可以再重新檢視相關數據、紅綠燈、人流帶來的汙染等。
- 建議可透過文獻、大數據分析（環境包容力：交通、空間、污染）微調現行規劃構想與策略。
- 區域分析發展要再擴大到大台北地區，例如貢寮等。（錯位發展）要發展與其他地區不相同的特色，例如：可以提供資源來支持海科館，讓海科館發展（室內議題-海洋生物參觀）起來，周邊也就會跟著成長。
- 未來海大外的海堤會再往外拓展，可以與整段海岸自行車道做串聯。
- 生態海灣之定義需要更清晰，要再跟週邊做區隔，有哪些元素可融

入，像：清淨海洋、漁業與人之互動、生態廊帶之範圍可以延伸到哪裡？包容力為多少？可以永續？以及夜間發展可以再多一些。

- 協助社區轉型，需要擴大利害關係人（海科館、社區、漁會、海洋大學、基隆市政府）之間的共識與溝通。
- 透過海廢系統引進青創公司並輔導，可以幫助在地產業，但是該如何引進及輔導需要再去思考。
- 智慧漁港：建議可納入漁會銷售系統（線上直銷平台）、漁船作業動態（漁獲可以即時回報）海域環境（食、衣、住）資訊等，整合為生態海灣資訊系統。

8. 夏光耀（行政院農業委員會漁業署漁民組織科 科長）

- 從基隆嶼到和平島至水淹洞段海岸，正好是觀光局海岸風景區的空白處，東北角觀光風景區的範圍邊緣，因此這段觀光產業發展需要地方政府的推動
- 望海巷目前是低度利用的漁港，因此逐漸往觀光漁港發展，但傳統漁業還是有（海域區域），因此該釐清思考如何共存?以及相關休閒設施是否足夠，像是活動整備設施（艇庫、淋浴設施等等）。
- 往東到馬岡，都是海岸地景、咕咾石厝等等，望海巷如何找出區隔？可以思考如何用都市化建立區隔。
- 夜間活動：夜市、夜釣、崁仔頂魚市，可以做串聯。
- 錨定效益：（如何強化遊客現地停留動機） 例如南方澳的漁港加廟宇，應該要拉長旅遊廊帶，進而時間區間（6-8 小時）就會拉大。
- 目前八斗子有 2088 路線往來台北，但缺乏當地的轉運接駁方式，在公共運輸上較為缺乏。
- 建議強化當地漁民對於漁業轉型模式的誘因（例如可以吸引漁民的下一代願意回鄉）。

9. 陳文欽（基隆區漁會 總幹事）

- 海科館近兩年活動辦理頻率變高，但相對當地反彈也變高，需要探究原因。
- 潛水客的下水應該要有管理（登記、總量等）（採捕目前是有管制的）
- 餐飲供應並未足夠，應該要加強輔導及協助在地居民提供民生服務的商業。
- 在長潭漁港之後的運用及共用要詳細的規劃。

- 中長期規劃中應創造在地青年產業。
- 建議海科館可以製作大看板，將基隆旅遊景點圖示化。

10.曹校章（國立臺灣海洋大學體育中心 教授）：

- 強化法制化來協助管制辦法訂定。
- 如何從前瞻經費爭取硬體來提升產業。
- 產業需要輔導提升，以潛水來說要有能力分級、分區。
- 海科館的閒置空間：標金太高影響業者意願，建議可以區隔分租，可以規劃業者固定營業服務站點方式（例如碧砂遊艇報到區模式）以協助更容易達到管制模式推動可行性及效益。
- 是否要強制徵收環境稅的議題，建議透過提供等價的服務設施來導入。產品規劃只要有商機業者就會自己來，市府應該要著重在環境硬體的強化（淋浴設備、廁所）。
- 望海巷漁港盤點、轉型、增加潛水船專區泊位，進一步發展漁港區域內的商店與商業發展。
- 目前的項目應該都可以被執行，但要再從延伸的風險去考量是否真的實際可行（頭盔潛水在這個地形可能會有安全議題）。

11.嚴佳代（國立臺灣海洋大學教育研究所 助理教授）

- 服務（公共建設）改善應該優先於產業輔導 （目前的狀況業者接近於飽和）。
- 初期（以服務為主）、中期（以產業輔導為主）、長期（以管理為主）。
- 區塊鏈：海廢貨幣可以調整為海洋貨幣（包含整個海洋相關應用），初期藉由政府補助得方式協會可以協同辦理，並整合資訊科技、推廣行銷活動。
- 在政策上，轉型應有明確的方向，例如：改變為船潛基地，並鼓勵漁民轉型（娛樂漁船），成為船潛基地，同時又可與漁民、漁船共享空間
- 望海巷有提及舢舨新，但舢舨通常在沙地才有，需思考適切性（老師在舢舨的定義有可能與簡報中有所出入）
- 望海巷漁村是一個被遺忘的角落，建議將漁村規劃納入，結合下面的水域探索中心，會有很好的發展空間。
- 直售平台的建立相關規劃為詳細列出。
- 調和街、北寧路口、中正路口等的塞車是需要整體去規劃考量。

- 調和街轉運站閒置已久原因可能是需求不大，因為來基隆玩會有許多點要去，所以轉運站的使用較不能滿足由可需求
- 鐵路火車轉乘的規劃出業者補助機制，才能引導業者入場
- 火車能結合動線，建議可以針對火車在運具上的規劃、產品著手。
- 在通路上一直很缺乏，包含了如若要輔導地方發展那通路為何等問題，旅行社為重要要素之一，應該要給予更好的營運空間以及在 iOt 上的運作也給予協助。
- “海洋運動”建議改成”海洋休閒活動”。 生態海灣的願景之下海洋教育是重要的。
- 缺少自行車驛站的規劃。

12.車雅惠（基隆市民宿觀光文化發展協會 祕書長）

- 這個區域位於基隆濱海風景特地區內，是區域規劃的母法，合法性應該要參照此法。（例如望海巷是否可以成為風景特定區的管理中心?）
- 以觀光角度來看，要訂定出你服務的對象，計算地區的容納量，這樣再提出規劃策略才會有品質。要從基礎開始處理、執行！
- 在觀光地方創生中，協會從 2018 年開始努力輔導民宿，地方創生應該要落實在區塊之中，首要應該做的是將人找出來，而非著重於辦活動。以協會辦理的魚菜共生為例，其目的主要是在發掘基隆有什麼東西可以真正讓在地居民生活，而所謂的生活是指在農耕以外以及魚貨量變少的狀況下能有沒敢不高且較多的可能性。
- 各單位不要再各自消耗資源（內耗），應該要從做好服務著手。
- 望海巷和海科是一個很好合作的區塊，如若變為風景特定區的管理中心，把相關的位階、把東西都納入，不論是漁民、觀光客等，這就是一個深度化的問題。
- （例長潭里老船長故事）社造如何引導青年世代返鄉? 例如望海巷放水燈活動在潮汐時間配合退潮，是經驗值。
- 要盡可能地去感同身受漁民的想法及需求等，不要忽略。
- 基隆市政府的國土計畫，建議要再多納入海上的藍色公路。
- 交通方案：共享停車位是否可行？

捌、 主席結論建議（產發處鄭副處長）：

- 計畫並不只在地發展規劃，應該要把周遭串聯（人流、交通、產業）當作重點。

- 後續的執行單位團隊議題：會遇到法規競合（水上遊憩、觀光風景區、漁業法）等問題，應要提出建議解決方案。
- 服務>輔導>管理 三階段的執行分工的規劃要再提出。

玖、散會

六、 社區工作坊

(一) 第一場社區工作坊

1. 辦理目的

本計畫配合望海巷漁港活化進而促進在地產業活絡規劃，特別邀請在地權益關係人參與，包含產官學界、民意代表、長潭里長及當地里民，以及有意願者投入在地特色產業經營者，共同參與本工作坊。議程安排希冀切合長潭里與望海巷漁港未來定位與發展，進行可行性討論並初步評估，凝聚地方共識。

相關議題規劃包含漁業文化傳承、資源保育與利用、在地經濟發展模式及區域共同發展等面向，透過各方提出意見及討論，逐項從願景構面及面臨問題，朝向以地方創生前提，活絡地方之方向，建構新興產業發展之可行方案，作為後續共識，提供規劃團隊進行整併並依序規劃。

2. 時間

108 年 03 月 20 日(四)下午 2 點 00 分~5 點 30 分

3. 地點

長潭里漁民活動中心(基隆市中正區北寧路 396 巷 68 號)

4. 辦理對象

產官學界及相關領域之在地業者、居民。

5. 議程

時間	議程內容	主講者
13:30~14:00	報到	基隆市政府產發處 中衛計畫主持人
14:00~14:10	開場	
14:10~15:00	重點：漁村在地經濟活化。 說明：以現地實際踏查長潭漁港方式，收集各方意見，凝聚地方共識。	中衛中心
15:00~16:30	現場踏勘	全體出席人員
16:30~17:00	其他臨時事項討論	全體出席人員
17:30~	賦歸	

6. 會議記錄摘要

(1). 發展方向與願景

何老師分享日本漁村轉型成功的幾個案例：豐島島廚房與當地志工媽媽們一起經營使用當地食材；瀨戶內國際藝術祭以海的復權為主題，推廣「島之『食』與藝術家結合之活動企畫，透過藝術創作重振島嶼的力量，與潮境公園近日放置藝術地景相似；千葉縣房總半島自產自銷模式讓產地到餐桌零距離; 千葉縣館山市之直售所，利用簡單包裝、誠實標示來獲取消費者信賴，不只賣當地生產的食材，也賣加工品或是做成便當。老師建議長潭里應可參照日本幾個案例配合自行車廊道之建置帶入人流發展漁村民宿、直售所(每個漁民賣自己的漁貨，不管多少都可賣)、初級加工(方便包)、週一宅配漁貨、朝市或黃昏市與各式餐飲(小吃、石花菜)...等等加強服務亮點。

(2). 現場踏勘

由里長帶路探訪整個長潭漁港與望海巷區域地貌與建設，從國立海洋科技博物館容軒附近的防空洞(共有4個但其中有一個已被堵住)、舊時代運煤處(涼亭已被拆除)、獅子山、綠色隧道、容軒步道、舊時代日式宿舍、容軒觀景臺、孫運璿故居、望海巷後山村落至望海巷漁港。其中還有許多場域可修繕改造，打造新的遊憩景點，如防空洞可仿照金門或馬祖修繕整頓後供遊客進入觀光；日式宿舍區可發展簡易露營區；國立海洋科技博物館火車站後之小村落，老舊房屋、階梯與居民自給自足之生活悠閒景致就如同九份小山城，未來可考慮發展成藝術聚落與山丘，吸引遊客駐足。

(3). 參與者意見回饋

A. 因漁貨到崁仔頂都會被削價變得沒價值,里長建議要做出當地特色,建立長潭自有品牌 (如同基隆本港),推行漁貨直銷、建立直銷平臺(如同直售所)以保存當地漁貨的價值與特色。

B. 里長表示此區缺乏有人帶頭轉型與改變,期望能鼓勵居民或漁民帶頭示範以激起社區內居民共同投入社區的產業發展,構成社區產業藍圖。

C. 容軒閣旁之綠色隧道,樹木數量銳減許多,路面下雨天容易濕滑,車輛也有滑落之安全疑慮,往後修繕時需以安全為優先考量。

D. 張淵翔議員建議要安排幾場專門給當地青年的聚會,讓年輕人了解這個計劃,衝撞出一些對未來的花火。

(二) 第二場社區工作坊

1. 活動主題：傳統漁村不傳統 聽在地囡仔說故事

2. 活動目的

以解說導覽與體驗方式讓參與對象熟悉解說重點與文化體驗價值意涵，凝聚社區共識，建構交流平臺，讓彼此導覽與說故事能力切磋成長，也針對個人魅力與表達，強化與訓練。輔導社區在後續資料匯集與整理時，能夠有方法、有效的完成，內容詳實、方向正確、主題故事清楚等。

3. 活動特色

(1) 改善公共形象和建立在地居民支持。

(2) 喚起當地民眾以自然景觀或漁村文化遺產引以為榮的自尊與感受。

(3) 可以促進當地觀光資源作合理的利用，提昇當地的知名度並增加當地的經濟效益。

4. 時間

108 年 06 月 18 日(二)下午 12 點 00 分~4 點 00 分

5. 地點

長潭里漁民活動中心(基隆市中正區北寧路 396 巷 68 號)

潮境海洋中心(基隆市中正區北寧路 396 巷 61 號)

6. 辦理對象

當地漁村媽媽、居民、海洋大學觀光學系與對導覽有興趣之民眾

7. 議程

時間	議程內容	主講者
11:30~12:00	報到	基隆市政府 中衛中心
12:00~12:10	開場與致詞	
12:10~13:00	**漁村媽媽說菜** 說明:透過說菜能夠讓消費者更加了解食材的特性、來源及故事	中衛中心 主持人: 臺灣休閒漁業發展協會何立德秘書長 講師：里長
13:00~14:00	**探勘社區導覽動線及小旅行體驗** 說明:盤點社區現有資源,如:生態地景、產業型態、人文歷史等、小旅行體驗活動。	講師: 吳昆達船長 講師: 林福蔭船長

時間	議程內容	主講者
	小旅行體驗路線: 咕咾石厝→潮間帶穿草鞋體驗	
14:20~15:20	**漁村 DIY 體驗** **手工漁網編織杯袋** 說明: 讓參與者藉由動手體驗的方式了解在地漁民風 情。	主持人： 中衛中心 講師: 海格創藝有限公司 王詩茹 (LuLu)
15:20~16:00	**參與者回饋** 藉由焦點討論，漁村體驗，創建漁村導覽等相關素材 鏈結地方不同微型產 業。	全體出席人員
16:00~	賦歸	

8. 會議記錄摘要

(1). 漁村媽媽說菜

享用豐富之漁村菜之前，由何老師為參與者講解漁村媽媽菜色，有小卷、鹿角菜、石花凍等等五花八門，除了分享料理的絕活以外，還介紹每一道菜的由來以及小故事，讓民眾對此區之產業概況有基本的了解，藉此行銷與推廣當地盛產之小卷與石花菜，刺激民眾購買慾望，促進社區經濟發展。

(2). 探勘社區導覽動線

由當地二代船長吳昆達與船長詩人林福蔭分組帶路並導覽解說他們所成長的社區環境，從舊時代漁民以海蝕平臺之石材建置之咕咾石厝、漁網、古井至漁村小朋友的遊樂場所-潮間帶遊憩區，每一個石頭洞穴與角落，都充滿各式各樣之生態資源，如各種藻類、彈塗魚、螃蟹與貝類等，不僅喚起當地青年與船長對於自己家鄉之生態資源與漁村文化遺產引以為傲之自尊與感受，並藉此讓民眾、學生與老師認識潮間帶生態地景，並促進此區觀光資源的傳授與未來合作之可能性。

(3). 手工 DIY 活動

邀請海洋文創藝術專家教學讓參與者體驗漁網編織 DIY，除了觀賞與認識漁村，也親身與親手體驗漁民靠大海維生之艱辛與豐收時的喜悅，編織完之漁網杯袋讓民眾帶回紀念，加深民眾對此區之記憶點。

(4). 參與者意見回饋

A. 長潭漁港確實缺乏產業發展，週邊漁村如貢寮與深澳漁港已發展完善且具競爭優勢，建議可仿效其小旅行模式，提供更多元的 DIY 體驗項目，並期望長潭能適當利用現有資源發揮觀光實力之潛能。

B. 贊同以特色風味餐推廣漁村在地文化，特別提及在地食材「鹿角菜」，認為說菜導覽與地方特色美食結合能夠增強地方專長特色，期望未來地方特色菜能夠持續透過產業活動推廣，使得長潭之美更廣為人知 。

C. 此次集合與活動地點(長潭漁民活動中心)偏僻難尋，建議在行前通知可附上活動地點路線描述簡圖，或是註明鄰近海巡署以供參與者辨認。

D. 有參與者特地從宜蘭前來參訪觀摩，因本身從事休閒農業產業推動之工作，此次報名漁村小旅行，期望藉此與當地船長交流並瞭解漁村小旅行的導覽設計與模式。

E. 有參與者認為讀萬卷書不如行萬里路，為鼓勵孩子走出戶外瞭解世界，特地向學校請假帶孩子參與此次工作坊，且肯定此次海洋生態教育之理念，認為生態多樣性的導覽解說相當重要，知識解說與互動引導之能力越強，小旅行會越成功，越能展現漁村特色。

(三) 第三場社區工作坊

1. 活動主題：跟斜槓漁夫同遊生態海上觀光

2. 活動目的

以解說導覽與體驗方式讓參與對象熟悉解說重點與文化體驗價值意涵，凝聚社區共識，建構交流平臺，讓彼此導覽與說故事能力切磋成長，也針對個人魅力與表達，強化訓練。輔導社區在後續資料匯集與整理時，能夠有方法、有效的完成，內容詳實、方向正確、主題故事清楚等。

3. 活動特色

(1). 改善公共形象和建立在地居民支持。

(2). 喚起當地民眾以自然景觀或漁村文化遺產引以為榮的自尊與感受

(3). 可以促進當地觀光資源作合理的利用，提昇當地的知名度並增加當地的經濟效益

4. 活動主題

海上導覽實務培力─與斜槓漁夫共遊海上生態(一)

5. 時間

108 年 08 月 27 日(二)下午 12 時 00 分~17 時 00 分

6. 地點

長潭里漁民活動中心(基隆市中正區北寧路 396 巷 68 號)

7. 辦理對象

媒體部落客、旅行業者、對導覽解說有興趣的業者議程

8. 議程

時間	議程	內容
12:30-13:00	報到	
13:00-13:10	開場與致詞	基隆市政府、中衛發展中心
13:10-14:10	漁村 DIY 體驗 小卷干製作與試吃	**講師：吳昆達船長** 讓參與者藉由動手體驗的方式了解在地漁民風情。
14:20-15:50	與斜槓漁夫出海 海上觀漁村與生態導覽 (海龜探頭、飛魚返鄉、海豚領航)	**講師：吳昆達船長** 探訪海上生態資源，遠觀漁村感受漁夫情、漁夫苦與豐收回岸之喜悅，形塑友善生態旅遊環境，用不同的方式貼近長潭漁村。
16:00-16:20	漁村暢飲 船長限定石花咖啡凍	講師：吳昆達船長
16:20-17:00	參與者回饋	主持人：中衛發展中心 藉由焦點討論，漁村體驗，創建海上導覽等相關素材，鏈結地方不同微型產業。
17:00~	賦歸	

9. 會議記錄摘要

I. 陸域設施面:

i. 停車空間不足以應付假日遊客潮，交通運輸工具與交通動線需加強與明朗化，包含海科館聯結到漁村的交通動線。(沐旅時光、yahoo 記者、王雪美、袁斌)。

ii. 公共廁所設置不足與廁所位置不清楚(山海文化觀光協會、八斗邀友善餐廳、王雪美)。

iii. 漁村硬體設施方面需加強，推廣漁村友善化(沐旅時光)。

iv. 可推行臺北直達車，KKday 可搭載這項服務(KKday)。

II. 導覽解說面:

i. 黑皮船長在海上解說方面已很全面，較需精進陸上導覽解說的流暢度，解說素材則可納入去過去漁村生活與融入海域故事，將內容有趣化，使導覽解說更豐富(沐旅時光)。

ii. 若船長同時操作海上與陸上導覽解說，負擔可能過重，旅程時段可能要有區分，各活動上線後，應考量業者行程及承受度是否足夠，亦可考量由漁村媽媽接手(雞籠卡米諾)。

iii. 後來加碼之潮間帶解說也需加強，讓旅客不僅僅只是拍照，亦可充份感受當地富足之生態資源(Jamie 慢森活)。

iv. 漁村一直以來之特色即為不打擾是我們的溫柔，需持續進行漁村產業擾動，增加社區參與率(八斗邀)。

III. 遊程設計面:

i. 遊程時間訂於下午 1 點至 5 點，接進午餐與晚餐時間，再加上潮境公園內用餐選擇也不多，應可安排漁村媽媽風味餐讓旅客充分感受漁村風情 (沐旅時光、yahoo 記者)。海上行程亦可再評估時段，避免遊客過於曝曬。

ii. 遊程規劃上，雖表現出漁村特性但內容有些單薄，整合與多樣性不足，可整合浮潛、夜釣與潮間帶體驗活動，或加入單車旅遊、串聯深澳鐵軌自行車道、瑞芳與外木山的自然及人文景觀; 若目標族群為親子，也可加入漁村放風箏、漁村扒手網體驗與海洋野餐活動，以貼近當地生活與特產元素為改善方向(女巫、探索星球、袁斌、山海文化觀光協會)。

iii. 小卷 DIY 與石花咖啡凍飲內容可更深入與精緻化，提高與民眾的互動性，DIY 包裝可增加設計感與地方特色性，小卷 DIY 操作流程有些混亂，主持人、操作人與流程可再明確(八斗邀、雞籠卡米諾)。

iv. 創意特調石花凍飲可改至船上飲用，會更貼近主題與感受漁夫在海上的生活(yahoo 記者、探索星球)。

v. 目標客群需清楚，依遊客對象、不同年齡層與顧客需求調整遊程配套方案，沐旅時光認為海上遊程時間過短，豐富度可加強，如遊船時間過短，加上夜釣或是 BBQ 可增加吸引度;女巫則認為海上行程過長，應搭配其他體驗活動增強多樣性。(雞籠卡米諾、八斗邀)。

vi. 若目標族群為年輕網美族，遊程內容可更與眾不同並增加船上的停留時間(象皮岩、酋長岩)，供網美族拍的盡興(凱俐姊弟)。

vii. 遊程接近尾深，可加入伴手禮選購，供遊客帶回地方限定品(王雪美)。

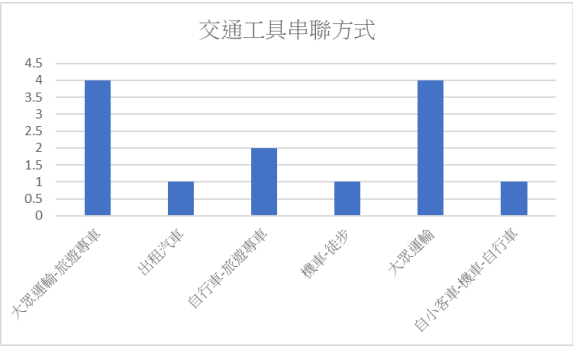
viii. 若遊程正式上線，可設計多國語言版本吸引國際客(KKday)。

10. 問卷分析摘要

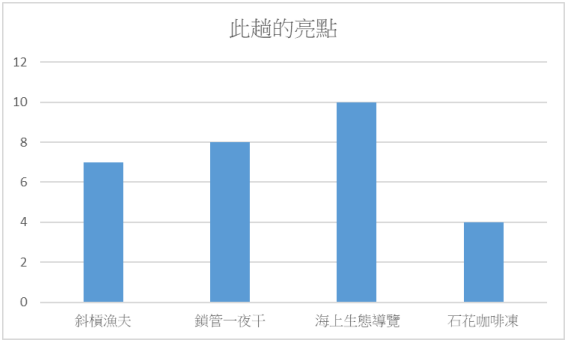
(1). 基本資料

受訪者詳細資料如下表，女性 7 位男性 6 位，年齡 31 到 40 歲為最多的一組，有 5 人，教育方面以大學專科為主，共有 10 人。

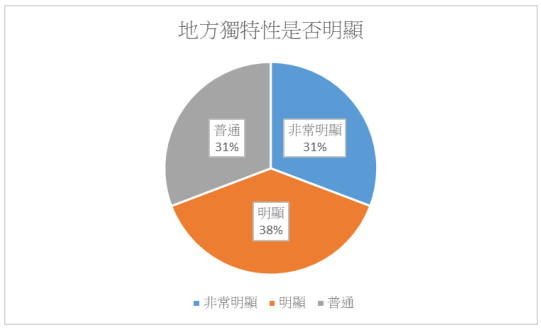
基本資料	項目	人數	有效樣本
性別	女	7	N=13
	男	6	
年齡	18 歲以下	0	N=13
	18 到 30 歲	4	
	31 到 40 歲	5	
	41 到 50 歲	3	
	51 歲以上	1	
教育	國中以下	0	N=13
	高中職	0	
	大學/專科	10	
	碩士以上	3	



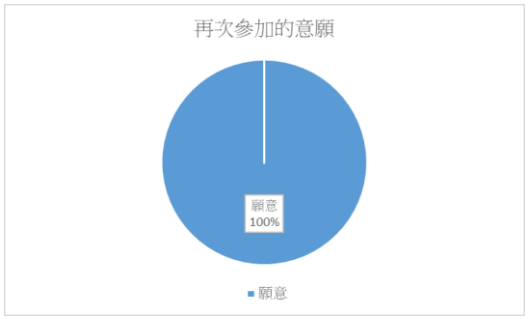
串聯長談地區交通工具方式



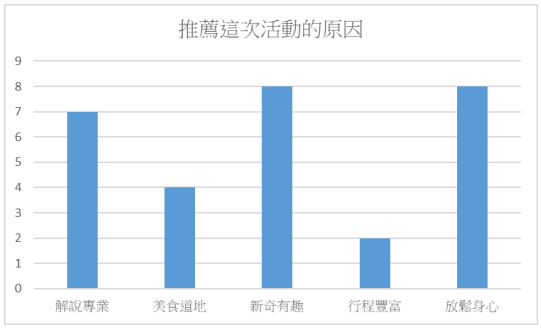
遊程亮點受歡迎程度



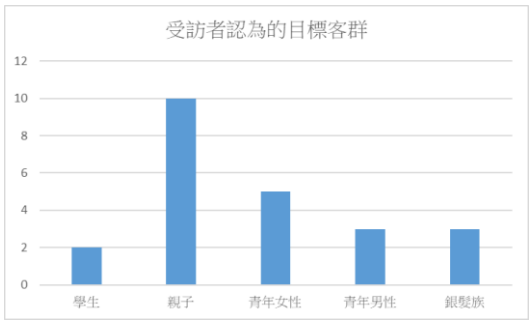
長潭地區是否具獨特性



再次參加此遊程之意願



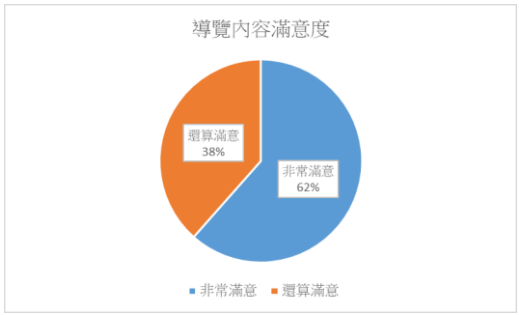
推薦親友參加遊程的原因



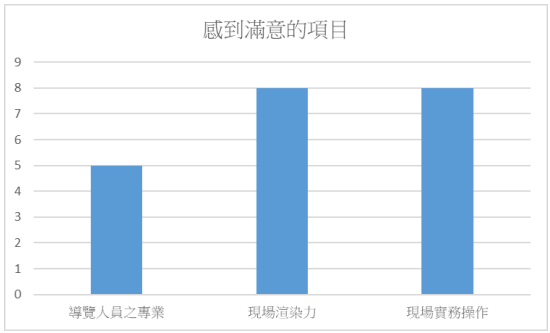
適合此遊程之目標客群

最小值 (元)	最大值 (元)	平均值 (元)	N
600	1500	882	10

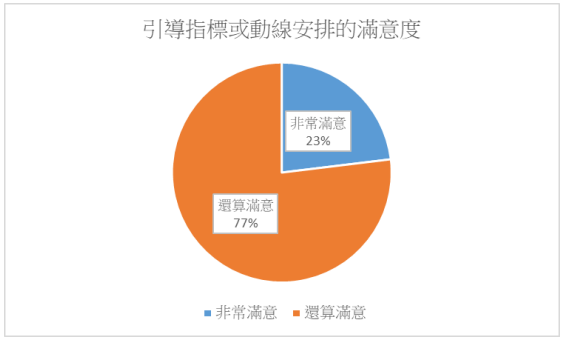
此遊程之受訪者願付價格



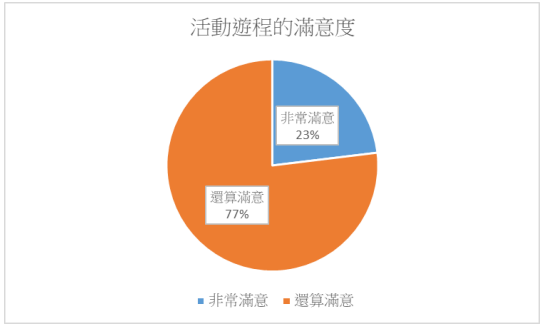
導覽解說內容之滿意度



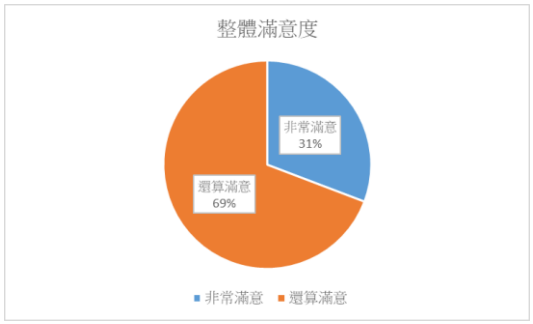
導覽解說內容滿意度



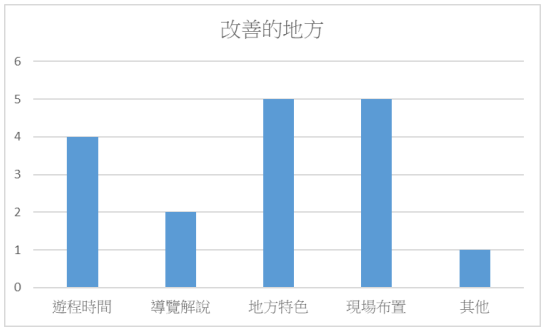
引導指標或動線安排滿意度



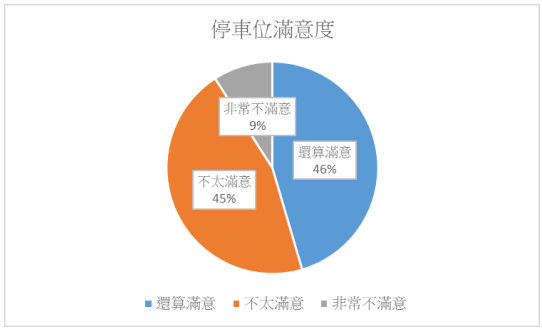
活動遊程設計多樣性串聯滿意度



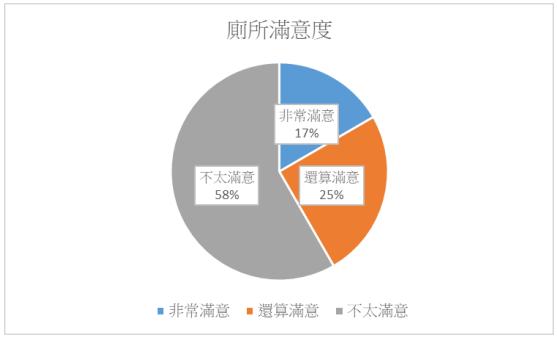
整體遊程之滿意度



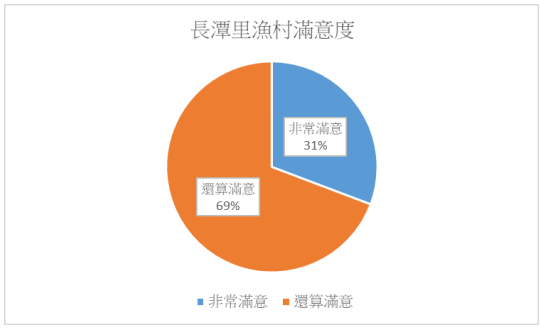
改善建議



停車位數量之滿意度



廁所規劃之滿意度



長潭里漁村滿意度

(2). 受訪者其他相關建議

許多受訪者提到因基隆氣候問題，需考慮雨天情況，若有安排交通車接送則更好。可額外安排一些工作人員押隊，可提供參與者一些簡單問題排除或是國外旅客的對應問題。周圍文化歷史要是融入活動中，可更具地方特色。

11. 成果照片

(四) 第四場社區工作坊

1. 時間：108 年 10 月 09 日(三)上午 10 點到下午 12 點 30 分
2. 地點：基隆潮境海洋中心 3 樓(基隆市北寧路 369 巷 61 號)
3. 主席：基隆市政府產業發展處蔡科長 馥嚀
4. 參與人員:
5. 報告事項: 討論淨灘與海洋廢棄物後續處理機制與內容，並蒐集業者以及專家回饋，作為發展海廢聯合商家行銷的規劃參考。
6. (一)引言分享：

   邀請該領域專家以案例探討，針對海廢推動案例之經驗及營運模式進行分享；另外，從 IOT 觀點討論海廢智慧化平台應用之可行模式。

   (二)交流討論：

   藉由專家引導服務創新模式之議題討論，初擬可以對外建立的海廢處理智慧化方向。

時間	議程	內容
09:30-10:00	報到	
10:00-10:10	開場與致詞	基隆市政府
10:10-10:25	計畫與背景說明	中衛發展中心
10:30-10:50	引言一: 淨灘與海廢貨幣實務操作	引言人：海湧工作室 郭芙 小琉球海廢貨幣案例分享。
10:50-11:10	引言二: 循環經濟智慧化應用	引言人：王謙 資深顧問 引入循環經濟模式建立場域經濟，運用類區塊鏈技術，整合海廢貨幣消費者使用之共享經濟模式,建置共用平台,群聚商家價值鏈。

時間	議程	內容
11:10-12:00	議題討論	議題一：淨灘參與歷程與自發性推動誘因探討 議題二：海洋廢棄物之價值堆疊與再造(塑膠價值重新定義之可能性與具體作法) 議題三：海洋廢棄物處理智慧化應用之建議方向 議題四：海廢源頭治理行動方案探討

7. 討論事項:

議題一：淨灘參與歷程與自發性推動誘因探討

說明：

(1). 聯合國環境規劃署（UNEP）定義海洋廢棄物為「遭人為丟棄、處置或不慎遺棄之任何物體，進入海岸或海洋環境者」，包括人們製造的物品及故意丟棄或意外遺失在海洋環境中的物品。長久以來，「塑膠」因為便宜、好用，因此被廣泛用於一次性的使用、包裝；「海洋」面積約占地球 71%，然而，全球每年約有 800 萬噸塑膠垃圾流進了海洋。台灣近年，每年都有許多淨灘活動，在淨灘的過程中，發現主要為廢棄物，「生活廢棄物」占最多數，約為 72%，塑膠類的廢棄物數量最為大宗，舉凡塑膠袋、塑膠瓶、吸管等，「漁業廢棄物」次之，約占 18%，例如廢漁網、浮球、保麗龍等，這兩大廢棄物讓海洋環境的衝擊，成為全民的運動與關注的議題。

(2). 為有效的利用既有之在地資源與凝聚共識努力達成「無塑海洋」的目標，藉由民間單位與團體之反饋，借重既往案例，提出目前淨灘對於海洋廢棄物之分類辨識、垃圾分類、垃圾分選、如何動員、後續海廢清運以及其中會遇到之困境，以作為下次說明會與社區居民溝通之方向參酌，在未取得中央補助資源下，社區如何自發性推動淨灘活動。

參與者回饋:

(1). 海湧工作室: 目前淨灘後之垃圾皆由環保單位配合收拾。

(2). 海湧工作室: 民間意識逐漸增強與信念培養有成，已經不太需要政府的補助去鼓勵民眾投入淨灘與永續投入，例如: 去年於廟會祭典活動時，推廣環保餐具，同時讓淨灘的人透過媒體曝光，讓他們做的事可以被看

見與感受到尊重，透過類似這些種種歷程，可提升民間自主意識。政府方面，希望可補足與補強硬體設施，例如: 設置重複清洗餐具站，讓民眾可方便清洗餐具進而提升環保餐具的使用率。先前小琉球大鵬灣亦是提供硬體協助，人潮則會由民間發起。為能永續發展與吸引民眾不間斷之投入，每一場淨灘活動也需調整主題內容與投入各式各樣之元素，例如: 先前我們都只提供飲料，今年我們則加入環保杯。

議題二：海洋廢棄物之價值堆疊與再造(塑膠價值重新定義之可能性與具體作法)

說明：

(1). 根據環保署推動之循環經濟，回收率已不再是資源利用的主要指標，更應該注重的是回收物料如何價值再造與循環利用，重新回到產品的生產與製造體系，而非又進入掩埋場或焚化爐。因此，比起淨灘資源回收，如何提高「資源生產率」、「循環利用率」才是現今重要的課題。台灣海廢轉換貨幣仍屬於萌芽階段，有鑑於「海廢塑膠」的國際環保議題，「海廢塑膠循環經濟聯盟」以串聯產業上、下游為聯盟核心，並與農漁業團體、環保團體接觸與溝通，開發具商品化的海廢產品，以「經濟誘因」驅動海廢塑膠的循環再利用。

(2). 根據環保署統計，2019 年截至目前為止，有統計之淨灘垃圾總量約 1.1 噸，其中海廢種類以寶特瓶比例最高，佔比 18%，其次為塑膠瓶蓋、吸管與菸蒂，分別佔比 13%與 12%。(資料來源：環保署)

(3). 透過邀集社區營造團隊、保育志工團隊與海廢相關議題關係人交流分享，評估各項海洋廢棄物之獨特性、替代性以及後續可傳遞之價值，重新定義塑膠價值與重新思考廢塑膠資源化的各種可能。

參與者回饋:

(1). 荒野保護協會: 荒野一直以來著重在環境教育，廢棄物回收方面，分為可回收與不可回收，可回收之比率很低，近年來以寶特瓶回收率較高。每年的倡議活動皆會以一種廢棄物為主題與主要回收項目，例如: 打火機、吸管 (用吸管做聖誕樹)，今年則以手搖杯為主題，透過創造各項議題讓民眾反思源頭減塑，治本應不是不停動員民眾撿垃圾，更多的垃圾其實皆卡在礁岩區與海面，單靠淨灘活動是無法解決的，應於行動與生活面影響企業端製造物品時即可減少塑膠製成。

(2). 海湧工作室: 兌換後，貨幣就會收走了。

議題三：海洋廢棄物處理智慧化應用之建議方向

說明：

(1). 因應工業 4.0 時代，智慧科技是未來產業發展之重要趨勢，未來將規劃潮境海灣地區為漁村生活與文化智慧化場域之標的，提倡觀光旅遊場域多樣性與友善環境並重，發展數位商圈之可行性。

(2). 透過邀集科技與海廢相關議題關係人，合作激盪與交流分享，提供海廢處理智慧化或智能化應用案例或方向，研擬塑膠循環經濟發展的新模式。例如：

(3). 淨灘第一線的分類應用、海廢或垃圾分類辨識、海廢運送處理自動化整合並減少人力成本與時間負擔。

(4). 海廢對於消費者使用之共享經濟模式：建置共用平台→群聚商家價值鏈→擴大與串聯當地商圈的市場以及吸引遊客與商家的進駐。

參與者回饋

(1). 科長:

- 目前實體海灘貨幣以小琉球最盛行，而實體貨幣之發行是否對當地產業經濟價值有影響? 目前僅是心理貨幣價值之感覺，未來是否可導入循環、數位經濟與大數據分析?
- 參考案例: 台東金幣開發以生活為主軸並與店家合作加值貨幣價值，透過填問卷或參與競賽投票即可獲得金幣之方式協助市政府推動硬梆梆之政策，社區長老們收集金幣後，可用於繳停車費、買伴手禮或是各項食衣住行育樂需求。
- 透過瞭解其他案例之運作方式與現有環境需求做嫁接。

(2). 贊侯資訊管理顧問:

- 參考案例: 回鄉有機淨幣聯盟，幫助小農行銷有機農作物與推廣友善環境，運作方式為與聯盟店家合作推動點數經濟，當消費者購買有機商品，就可累點於聯盟內店家換取折扣或商品折扣。他不是以較複雜之虛擬貨幣機制操作，而是以點數經濟概念，其中信任感為重要考量因素: 點數怎麼兌換、怎麼認定不會濫發，消費端則是如何兌換到有興趣且值得換的商品。
- 台灣對環境意識逐漸抬頭，不見得要來淨灘才可以換，不來淨灘也不代表不愛環境，例如: 店家參與方式為提供某項商品的折扣回饋也是另一種參與方式。

議題四：海廢源頭治理行動方案探討

說明：

(1). 面對海洋污染危機，各地政府與行動組織各類型的解決方案紛紛出爐。在台灣，除了民間團體多年推廣，逐漸普及的淨灘、淨海活動外，2015年政府各單位與民間跨部會合作，擬定「海漂垃圾處理方案」，進行源頭管理防止垃圾進入海洋，及加強末端垃圾處理與清運等措施。臺灣也有非營利組織在推動無塑行動，國際環境保護組織綠色和平在校園發起無塑行動，綠色和平主任顏寧表示，透過無塑園遊會的方式來推動減塑行動，共有 47 所學校願意加入，並有高達 17 所學校願意提供相關減塑數據，總共省下 5,472 個塑膠容器、35,377 個塑膠杯、53,010 個塑膠袋。(資料來源：新興科技媒體中心)

(2). 根據環保署主辦第五屆「永續物料管理國際研討會」以「從廢棄物到價值物－重新定義塑膠價值，邁向循環經濟」之主題論壇，各國皆贊同源頭就需進行塑膠減量，勝過後端進行資源回收。此會議針對漁村聚落商家減塑具體作法提出可行性建議，期望帶動望海巷海灣周邊之在地業者，減少一次性塑膠容器與包裝，建立具系統性的源頭減塑作法與商業模式以達成環境永續之目的。

(3). 例如：小琉球島上會定期舉辦常態性裸晒市集，以有趣的方式來宣傳減塑的理念，透過裸包裝市集來提升大家減塑的意願，期許有一天可以讓裸包裝的消費型態在小琉球當地扎根，進而影響來到小島旅遊的人。

參與者回饋:

(1). 科長: 每次淨灘後，漁業廢棄物佔海廢組成 3 至 4 成，近日海保署也開始關注漁網廢棄物循環經濟之應用，漁網廢棄物循環只能是近期丟棄汰換的，不能是海上漂流與浸泡過後許久的，基隆未來在漁網循環經濟上需有長久對策之計。

(2). 漁會總幹事: 環保觀念興起，但意識尚未深耕，沿近海漂流木為何不處理，漂流木容易纏漁網廢棄物易生蟲與影響景觀，新北市與基隆市環保觀念不同，對海廢處理方式也不同，新北市撿到漂流木直接於海邊燒毀。漁網目前技術上還無法循環利用，港內垃圾都是港內漁船丟的，根本之道應該是教育與宣導垃圾不亂丟，例如: 斐濟地區雖然是落後國家但嚴謹落實以罰則取締違規者，不繳錢則不許出港。港內目前皆無淨灘活動都以沿近海為主，日前淨灘所蒐集之垃圾超過六成都是塑膠垃圾，主因是未落實檢舉懲處；而台灣漁港內其實已幾乎無油汙，則是因為罰則重且有積極檢舉，漁業署應加強管理增加罰則思維以警示違規丟垃圾者，落實管理監督責任，以讓撿垃圾能變成散心的活動而不是淪於假日都在撿垃圾，與有關機關我們除了環保，應注重教育源頭減少丟棄。

(3). 科長: 漁網佔置區有明確的法規但很少真正開罰，海保署與漁業署日前開了此區不到兩天就關閉，主因是並無漁網處理經費能處理。有許多相關懲處法規但未落實。目前海保署、漁業署與環保署對於海廢問題處理

機制還未明朗，其中海保署較為積極，但環保經費的申請所屬負責單位不是很明確。先前環保署曾經有想要設置廢棄漁網回收站於八斗子與正濱漁港，推展循環經濟(漁網做成鞋子)，當時也找了許多南部業者一同參與討論漁網廢棄物回收可行性，但後來因改組..等等種種問題，會議無繼續進行。目前收回的海廢其實都不大能回收再利用，根本還是要減少亂丟垃圾的問題。民間力量凝聚也很重要，參加活動後也希望能將環保意識帶回去感染群眾，民間感染力越強越能縮短政策法規定案時間，且督促政府訂立罰則與管理範圍，在環保問題發生以前先做好，而非等發生後才來補救。

(4). 漁會總幹事: 漁會現有設置貨櫃放置漁網與漁業廢棄物，一個月大約有一個貨櫃的量，先前還未設置貨櫃時，估計應是直接丟入海中，政府應訂立罰則管理與規範，民間單位則應督促政府單位訂定管理辦法。

(5). 海湧工作室: 支持環境意識教育與源頭處理，至於漁網問題，先前有廠商願意收購後將漁網轉至泰國處理，但其實僅能減緩部份汙染；罰則部分也早已就有，但都沒人敢開罰。

(6). 陳信助: 以前深澳漁港發現環境也不好，漁船運回垃圾也都堆在一個地方，後來在港邊有設置多點攝影機並且落實開罰(漁工丟罰船主)，應未保持執行力，僅有開始時風聲鶴唳，2 年後環境問題還是未解決。

(7). 科長: 雖然將漁網轉至其他地方處理只能減緩，但至少能將問題從海中轉移出去，減少問題以及成本。罰則部分可以先有一個緩衝，先以軟性方式勸說取代硬性開罰多勸導。(基隆市政府、漁業署漁港法或是環保局海務法…等等)

(8). 施主任: 教育與永續海洋嘉年華活動可以利用海廢來裝置或裝飾漁村民宿，也可用於中元節放水燈、漁村嘉年華等等，海廢轉藝術裝飾、價值創造加值運用，結合觀光模式，也讓當地漁民能生存，朝永續發展前進。

(9). 荒野保護協會: 目前幾個環團、海保署與漁業署有成立一個海廢平台，定期開會針對各種議題探討行動方案，包含各種事業廢棄物、生活廢棄物..等等，近年會議過於流於形式，開始重新盤點與監督議題，但漁網這個議題目前還未有環境團體深入探討。荒野團體都屬於地方志工，非專業產業人員，透過這樣的會議交流瞭解各地問題需求，荒野可協助由下而上反映問題於平台會議上，處理機制也許會加快。

8. 活動花絮

(五) 第五場社區工作坊

1. 活動目的

以培力課程方式，深化合作方式與解決方案，依據學員之學習狀況，直接且快速調整其施作方方式與內容，從不斷的修正中找出示範性標竿與撰寫行動方案，媒合與交棒給在地居民與組織，作為發展在地遊程品牌所需之人員養成與收集，以作為未來區域產業規畫方案參酌與促進經濟永續發展。

2. 活動特色

I. 深化合作方式與解決方案，吸引公共形象和建立相互合作網絡之支持。

II. 喚起當地民眾以自然景觀或漁村文化遺產引以為榮的自尊與感受

III. 可以促進當地觀光資源作合理的利用，提昇當地的知名度並增加當地的經濟效益

3. 活動主題

社區培力工作坊 I 說故事的人~漁村導覽解說培訓

4. 時間

108 年 10 月 21 日(一)上午 9 時 30 分~12 時 30 分

5. 地點

長潭里漁民活動中心(基隆市中正區北寧路 396 巷 68 號)

6. 辦理對象

以在地居民、青創業者與周邊業者為主

7. 進行方式

I. 課程解說：由業界專業講師分享外界成功案例與操作流程，並由講師帶領學員深入場域實作，走入社區在地實踐，讓學員瞭解地域發展和當地文化、產業內容和特色，據以加強漁村生態導覽之促動元素與解說技巧。

II. 焦點交流：藉由分組討論，蒐集參與者的體驗心得與想法，立即修正與發掘在地可以感動遊客的深度旅遊元素。

III. 實作演練：藉由實作教學之試行，分享可以對外行銷的不同漁村體驗項目與內容。

8. 議程

日期	課程名稱	課程大綱	講師建議
10/21 09:30 至 12:30	說故事的人～ 漁村導覽解說培訓	09:30-09:40 開場致詞 09:40-10:10 生態導覽解說實務技巧 10:10-12:00 實地踏查與解說訓練 12:00-12:30 蒐集學員的體驗心得與案例分享	**基隆市八斗子產業觀光促進會** 馬玉明老師 ***上課場地*** 長潭里漁民活動中心

9. 會議記錄摘要

(1). 活動參與者回饋

姓名:林素卿

1. 地理環境、人文介紹
2. 看漁船卸魚、崁頂體驗、漁林媽媽生活
3. 漁村行動廚房、DIY 煮魚料理
4. DIY 下午茶，以漁村的東西為元素
5. 邀請船長說故事，說他以前戰風戰湧

姓名:謝皆得

我有一位 65 年老朋友，住新店山頂豪宅，每年常叫買 3-4 次鮮魚、透抽、軟絲、馬頭魚、魚翅等…

他說:我買魚很新鮮、很甜與市場不一樣，我說:活魚處理需急速冷凍，沒有加藥物保鮮

我沒有賺錢，他會多給，因為老朋友身體健康最重要。

姓名：劉意忠

每年夏天結束後，海邊遊玩看似要結束人潮走了;東北季風來臨，海岸邊沉寂，只有風吹拍打、浪花飛舞、寒風刺骨冷相隨。

但是觀浪的好季節，經常風平浪靜完全不同 “安排一次、撐傘，各式花傘聚集一起-千變萬化，思緒更受大自然的激勵，在潮境過一個不同凡響的冬季，一如同”大約在冬季留下好的記憶、與相片，看似落湯雞更似出水人魚。

結束後奔往當地特色餐廳，追尋在地鮮美的滋味”魚大鍋、海鮮火鍋或簡單的味噌湯及現撈的魚貨。

姓名：簡春英

遊長潭漁港，介紹船的種類，船鳴(漁船修理處)及古老的井、及咕咾厝

潮境公園巡禮，潮間帶的生物及魚類

推廣這裡的魚穫赤鯨(冬天)、(夏天)小管讓漁村魚穫成為美食來吸引遊客

讓喜歡大自然的人，可以走這裏的潮間帶和環山步道可以欣賞海景及山景(昆蟲、植物)後再飽食漁村赤鯨料理、小管料理

喜歡夜景，可以辦下午到晚上的風景

姓名:葉薰霞

1. 介紹長潭文化
2. 漁民的生活及漁撈活動
3. 漁的環境、信仰
4. 漁村特色、潮間帶、漁村的故事
5. 漁村的風貌、特產
6. 漁村特殊的地理環境及文化
7. 把長潭推廣出去，讓更多的遊客知道
8. 宣導自己故鄉的美景、早晨的風貌、傍晚的夕陽
9. 品嚐漁村的風味餐
10. 介紹新鮮的漁貨

姓名:葉文欽

來長潭里玩

(一) 火車來(海科館下車)

走向原先明里(火社居民區)，憶想原模樣體會這裡的風光，上其山頂望整個八斗子地區，再進入(海科館)去海邊(知識)。

(二) 公車到海科站(或八斗子站)

由臺北(2088 或新 1798 路線)及 R-66，也可由基隆 103 公車或 791/1051 客運前來看山原點、浸水摳之氣象潮境站，再進入海科館，或走入長潭漁港，看捕魚文化或進入海邊自然景觀(可達潮境公園或更進入復育公園)。視時間上山走到 101 高地，跨入八斗子地區，沿八斗子漁港到區探館更了解漁村文化，再搭(首都客運)直接回臺北，很方便的!至於吃，海科館內、砂子里、漁會邊的及萬長門口的餐廳均可享受也。

姓名:周柏宇

了解其擁有哪些可行銷觀光的資源，創造與當今社會相關的令人感興趣的主題，舉辦相關的小旅行或體驗活動，讓遊客和觀光客有耳目一新的感覺，讓人印象深刻，覺得非常超值，且行程內容豐富。潮境公園剛好

在旁邊，可以結合其著名的觀光景點，利用其來行銷，讓更多人能認識旁邊的長潭社區，結合社區的漁村文化和 DIY 手做伴手禮，讓人有滿滿的回憶。

姓名:吳素玫

一日輕旅行或二日深度旅行

1. 短程漁村導覽解說漁船、漁具、等特色
2. DIY 一夜干體驗及話家常(各種可做一夜干的漁貨隨季節變換!)
3. 漁村特色餐
4. 後半段潮境公園解說；體驗潮間帶
5. 回來驗收 DIY 成果、品嚐在地石花凍飲品
6. 夜訪潮境星空

姓名:周麗華

1. 地名解說
2. 故事化說明
3. 和客人互換分享
4. 以文創東西 DIY
5. 漁業保存，愛大海、保護大海
6. 捕漁工似使用

漁:船長說故事 退休而不休

姓名:趙欣慧

早上到長潭漁港集合，先了解漁港特色及捕何種魚類

先去鱗不去內臟直接用水煮魚，拿起晾乾，在晾乾期間帶領他們去潮境看潮間帶(不需下海)，再去飛天掃帚跳拍，結束後就可回來領魚，再告知潮境工作站可進去觀賞魚類可到漁村跟婆媽聊天喝杯石花凍。

姓名:林怡芳

八斗子潮境生態永續二日遊

一、第一天上午:長潭漁港、潮境公園=漁村導讀(歷史、文化)，認識就地取材咕咾厝-古井-漁港-潮境公園前世-海科館工作站參觀-復育公園潮藝術

二、第一天中午:自包 DIY 海味餐(永續)

三、第一天下午:潮境公園 DIY 風箏、草地野餐

四、第一天晚上:欣賞潮境公園漁火點點、金瓜石、吹海風、說故事、海岸歌曲、詩人

五、第二天早晨:潮境看日出

六、第二天上午:潮境潮間帶生態體驗

七、第二天中午:海藻大餐、DIY 石花凍、永續環境

八、第二天下午:海科館、容軒園區、海濱動物

10. 問卷分析

(1). 基本資料

受訪者詳細資料如下表：受訪者主要為女性(11 位)，年齡以 51 歲以上為主(10 位)，教育程度主要為大學(8 位)，職業以退休人士(5 位)和家管(4 位)居多，月收入大多 1 萬元以下(8 位)。

基本資料	項目	人數	有效樣本
性別	男	4	N=15
	女	11	
年齡	18 歲以下	0	N=15
	18 到 30 歲	1	
	31 到 40 歲	3	
	41 到 50 歲	1	
	51 歲以上	10	
教育	國中以下	2	N=15
	高中職	4	
	大學/專科	8	
	碩士以上	1	
職業	自由業	1	N=15
	服務業	2	
	家管	4	
	退休	5	
	其他	3	
月收入	1 萬以下	8	N=14
	1-3 萬	3	
	3-5 萬	3	
	5-7 萬	0	
	7 萬以上	0	

(2). 課程調查

i. 受訪者從何處得知此次課程訊息受訪者主要經由里長告知活動(38%)，其次為朋友(28%)。

ii. 受訪者參與本課程的原因為個人或工作需求與個人興趣為受訪者主要參加原因。

iii. 受訪者對於課程內容規劃與設計之滿意程度，受訪者於兩場課程的規劃與設計皆為滿意以上，非常滿意達到 80%，

iv. 受訪者對於課程內容實用性之滿意程度，於課程說故事的人~漁村導覽解說培訓中，非常滿意達到 73%。

v. 受訪者對於課程時數安排的滿意程度，受訪者對於培訓中的時數安排達到滿意以上的有 93%，非常滿意為 40%。

vi. 受訪者對於課程內容有助於強化工作所需知能的同意程度，受訪者認為認為課程內容有助於強化工作所需知能的受訪者於為同意以上，非常同意為 47%。

vii. 受訪者對於講師專業知識能力的滿意程度，受訪者對於兩場課程的講師專業知識能力皆為滿意，非常滿意達到 67%。

viii. 受訪者對於講師主題掌握的滿意程度，受訪者非常滿意達到 60%。

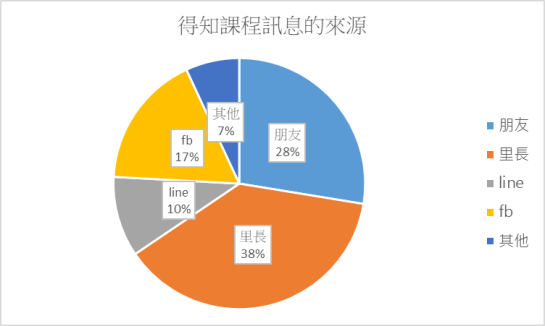
ix. 受訪者對於講師與學員有良好互動的滿意程度，受訪者感到非常滿意者達到 60%。

x. 受訪者對於課程內容能學到的東西的滿意程度，受訪者非常滿意達到 87%。

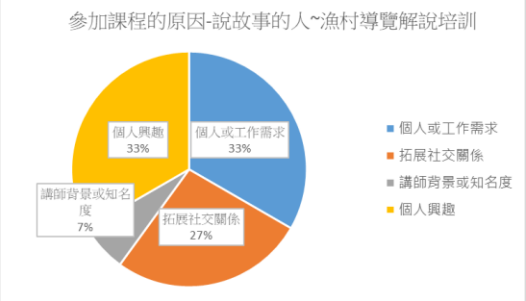
xi. 受訪者對於本次課程整體滿意度，受訪者對於課程的整體皆為滿意，非常滿意達到 87%。

xii. 受訪者皆認為未來應持續辦理相關課程。

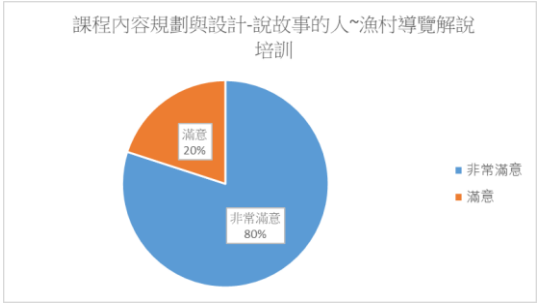
xiii. 受訪者建議未來社區可增加何種課程，受訪者們認為未來可增加的課程以地方行銷為最多，其次為地方旅遊規劃。



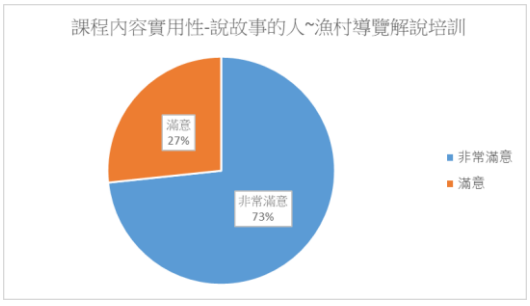
得知課程之訊息來源



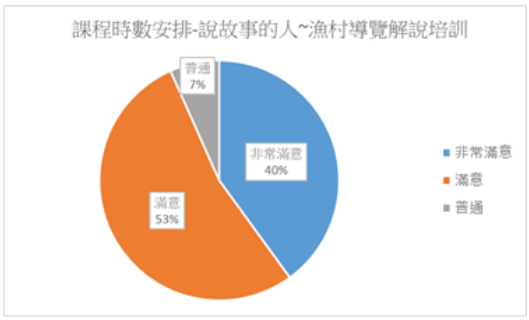
參加課程的原因



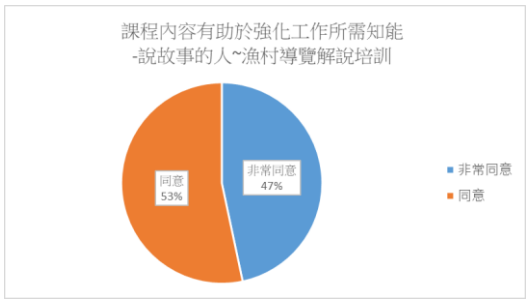
課程內容規劃與設計



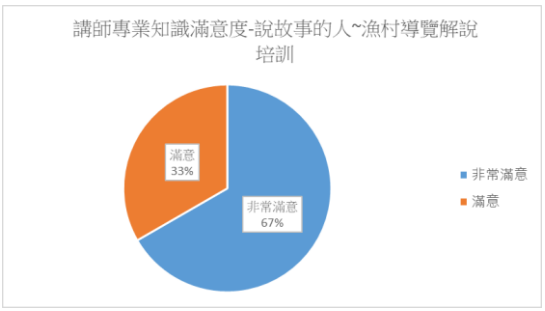
課程內容實用性



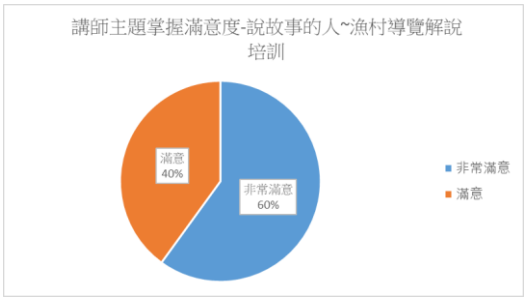
課程時數安排滿意度



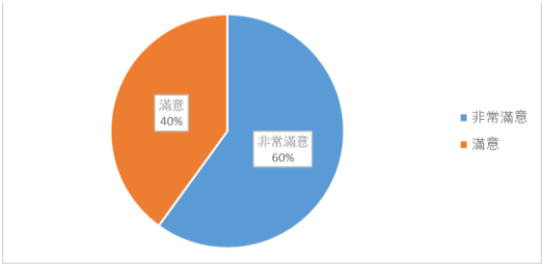
課程內容有助於強化工作所需知能之同意程度



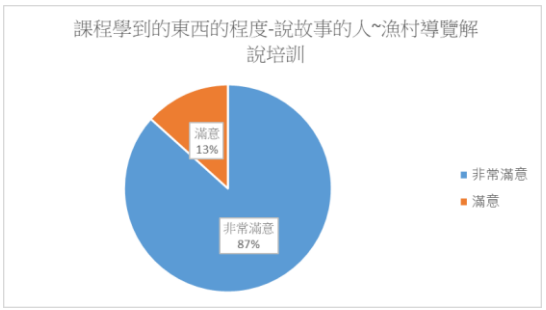
講師專業知識能力之滿意度



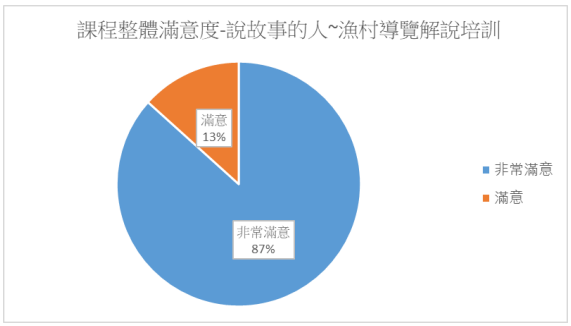
講師主題掌握之滿意度



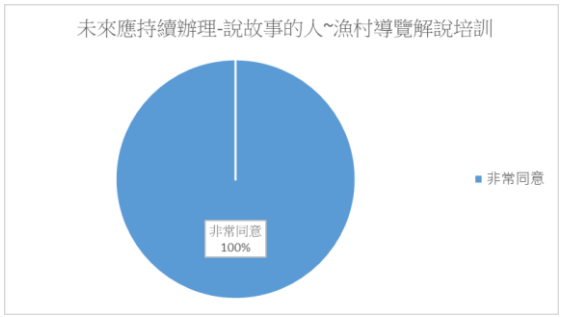
講師與學員有良好互動滿意度



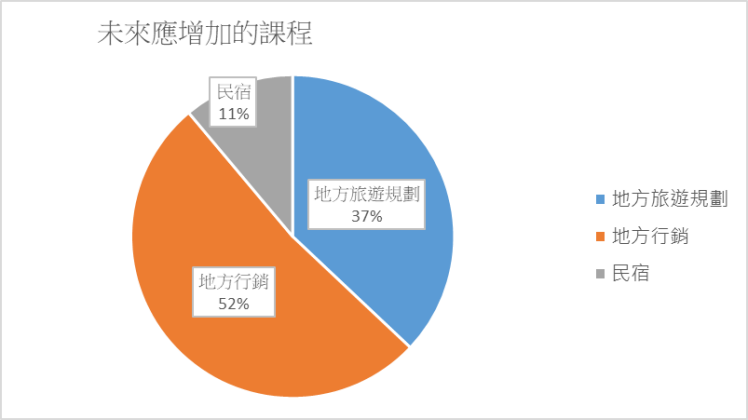
課程內容能學到的東西的程度



本次課程整體滿意度



未來應持續辦理之同意程度



未來社區可增加何種課程

(3). 其他建議

受訪者主要建議未來課程除了變廣之外，應就目前課程增加進階內容。

11. 活動花絮

(六) 第六場工作坊

1. 活動目的

以培力課程方式，深化合作方式與解決方案，依據學員之學習狀況，直接且快速調整其施作方方式與內容，從不斷的修正中找出示範性標竿與撰寫行動方案，媒合與交棒給在地居民與組織，作為發展在地遊程品牌所需之人員養成與收集，以作為未來區域產業規畫方案參酌與促進經濟永續發展。

2. 活動特色

(1). 深化合作方式與解決方案，吸引公共形象和建立相互合作網絡之支持。

(2). 喚起當地民眾以自然景觀或漁村文化遺產引以為榮的自尊與感受

(3). 可以促進當地觀光資源作合理的利用，提昇當地的知名度並增加當地的經濟效益

3. 活動主題

社區培力工作坊 II 直售所漁貨初級加工和包裝

4. 時間

108 年 10 月 21 日(一)上午 9 時 00 分~12 時 00 分

5. 地點

長潭里漁民活動中心(基隆市中正區北寧路 396 巷 68 號)

6. 辦理對象

以在地居民、青創業者與周邊業者為主

7. 進行方式

(1). 課程解說：由業界專業講師分享外界成功案例與操作流程，並由講師帶領學員深入場域實作，走入社區在地實踐，讓學員瞭解地域發展和當地文化、產業內容和特色，據以加強漁村生態導覽之促動元素與解說技巧。

(2). 焦點交流：藉由分組討論，蒐集參與者的體驗心得與想法，立即修正與發掘在地可以感動遊客的深度旅遊元素。

(3). 實作演練：藉由實作教學之試行，分享可以對外行銷的不同漁村體驗項目與內容。

8. 議程

日期	課程名稱	課程大綱	講師建議
14:00 至 17:00	直售所漁貨初級加工和包裝	14:00-14:10 開場致詞 14:10-15:00 直售所成功案例分享 15:00-16:30 體驗實作(漁貨清理、初級包裝) 熟食體驗(一夜干、薑絲魚湯) 16:30-17:00 學員體驗心得分享	**食考房** 張正忠廚師 **魚樂天地** 何立德老師 ***上課場地*** 長潭里漁民活動中心

9. 問卷分析

I. 基本資料

受訪者基本資料如下表：受訪者主要為女性(11 位)，年齡以 51 歲以上為主(11 位)，教育程度主要為高中(7 位)，其次為大學(6 位)，職業以家管(6 位)和退休人士(4 位)居多，月收入大多 1 萬元以下(8 位)。

基本資料	項目	人數	有效樣本
性別	男	4	N=15
	女	11	
年齡	18 歲以下	0	N=15
	18 到 30 歲	0	
	31 到 40 歲	4	
	41 到 50 歲	0	
	51 歲以上	11	
教育	國中以下	2	N=15
	高中職	7	
	大學/專科	6	
	碩士以上	0	
職業	自由業	1	N=15
	服務業	2	
	家管	6	
	退休	4	
	其他	2	
月收入	1 萬以下	8	N=14

	1-3 萬	3	
	3-5 萬	3	
	5-7 萬	0	
	7 萬以上	0	

II. 課程調查

i. 受訪者從何處得知此次課程訊息受訪者主要經由里長告知活動(38%)，其次為朋友(28%)。

ii. 受訪者參與本課程的原因以個人興趣為主要原因。

iii. 受訪者對於課程內容規劃與設計之滿意度為滿意以上，其中非常滿意者達 67%。

iv. 受訪者對於課程內容實用性之滿意程度為滿意以上，非常滿意達到 67%。

v. 受訪者對於課程時數安排之滿意程度，達到滿意以上的有 93%，非常滿意則有 60%。

vi. 受訪者對於課程內容有助於強化工作所需知能的同意程度，受訪者均表示同意，其中非常同意達 47%。

vii. 受訪者對於講師專業知識能力的滿意程度，受訪者對於兩場課程的講師專業知識能為滿意，其中非常滿意達到 60%。

viii. 受訪者對於講師主題掌握的滿意程度，受訪者對於講師主題掌握為滿意，其中非常滿意達到 73%。

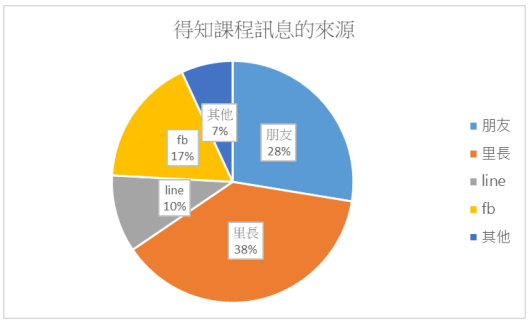
ix. 受訪者對於講師與學員有良好互動的滿意程度為滿意，其中非常滿意者達到 92%。

x. 受訪者對於課程內容能學到的東西的滿意程度為滿意，其中非常滿意達到 92%。

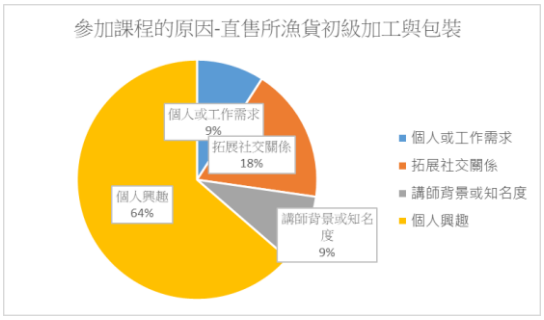
xi. 受訪者對於本次課程整體滿意為滿意，其中非常滿意達到 83%。

xii. 受訪者認為認為未來應持續辦理相關課程。

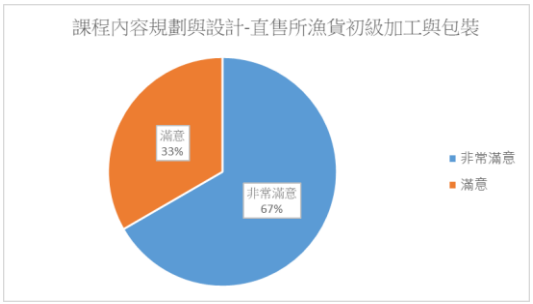
xiii. 受訪者建議未來社區可增加何種課程地方行銷為最多受訪者們認為未來可增加的課程，其次為地方旅遊規劃。



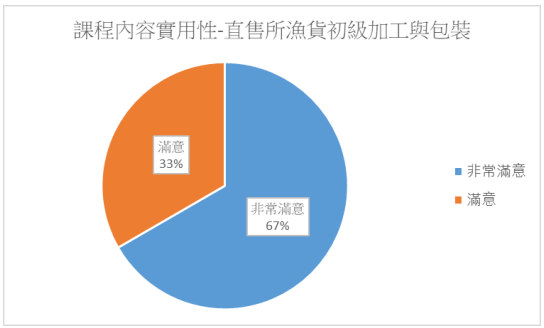
得知課程之訊息來源



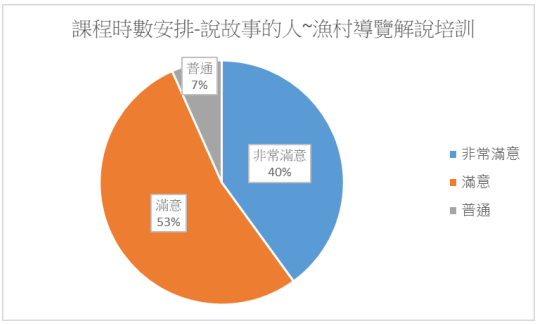
參加課程的原因



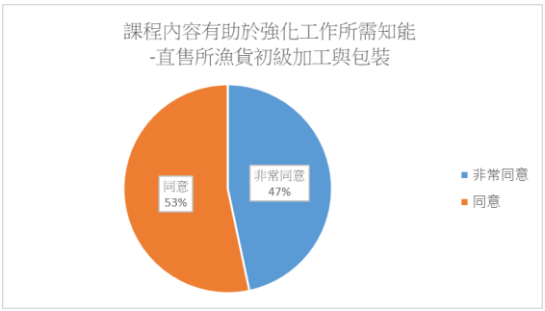
課程內容規劃與設計之滿意度



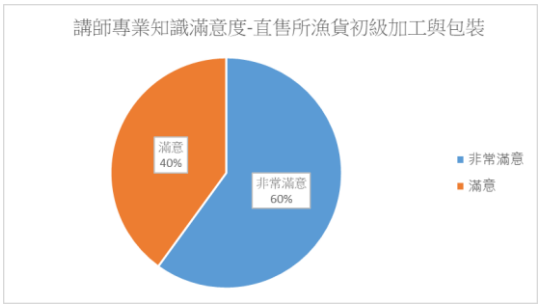
課程內容實用性之滿意度



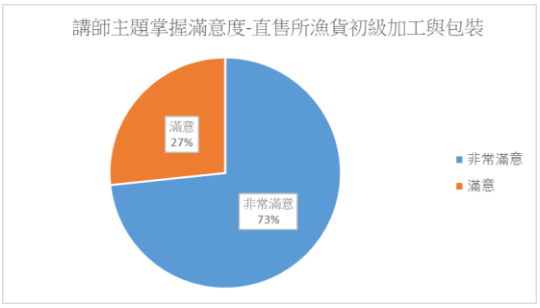
課程時數安排之滿意度



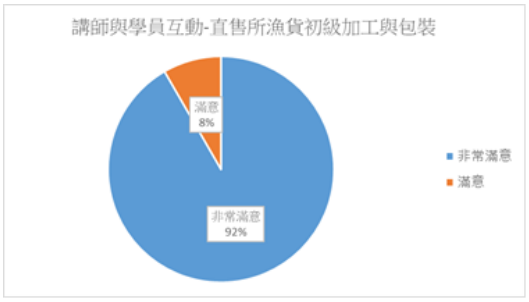
課程內容助於強化工作所需知能



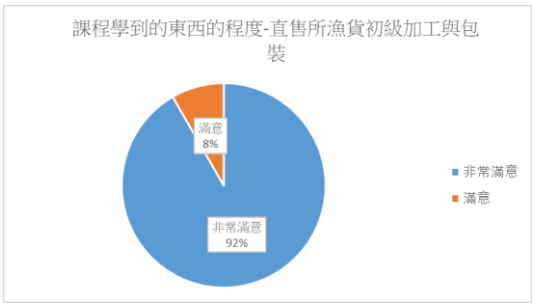
講師專業知識能力之滿意度



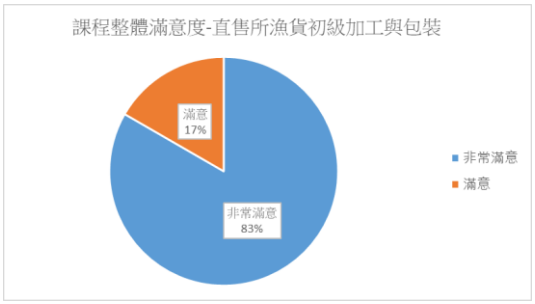
講師主題掌握之滿意度



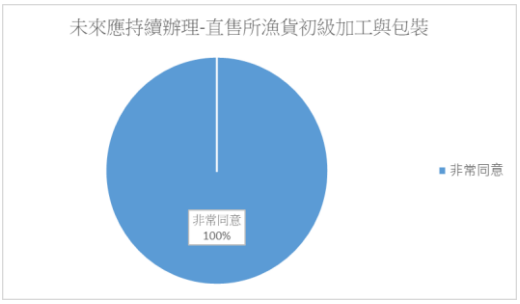
講師與學員有良好互動滿意度



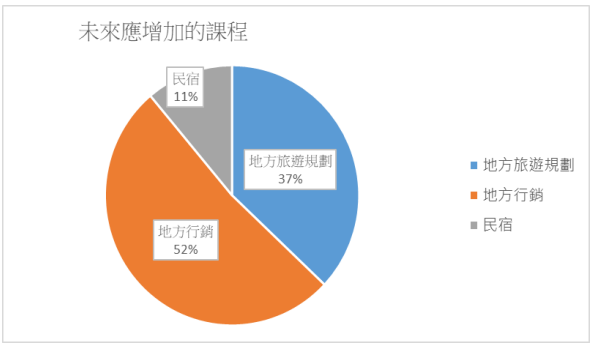
課程內容能學到的東西滿意程度



本次課程整體之滿意度



未來應持續辦理之同意程度

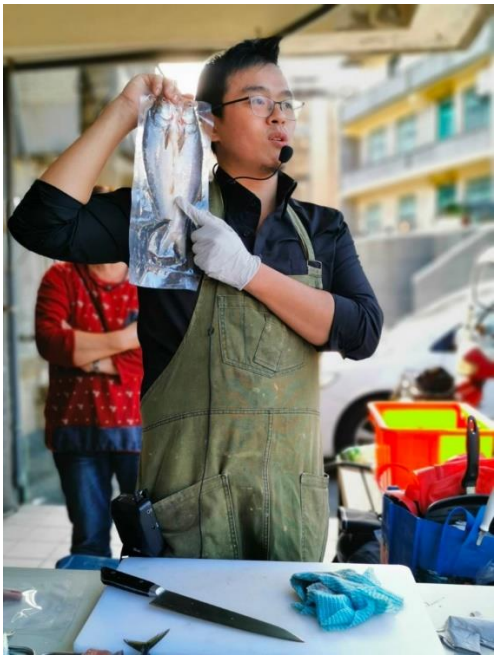


未來社區可增加何種課程

III. 其他建議

受訪者主要建議未來課程除了變廣之外，應就目前課程增加進階內容。

10. 活動花絮

(七) 第七場工作坊

1. 活動目的

長潭里與望海巷海灣目前面臨高齡化、人口持續流失、漁村空間閒置與凌亂的現象，但其漁港觀光、親海與潛水人潮卻是逐年攀升，未來應運用當地生態、觀光、漁業、文化等資源與優勢。以培力課程方式，深化合作方式與解決方案，挖掘自身資源、補足觀光能量缺口、鍵結消費者、漁業人員和學術單位等三方專業資源，依據學員之學習狀況，直接且快速調整其施作方方式與內容。本次活動使用基隆在地時令食材，結合地方餐飲學院，透過實際操作方式，開發漁村新創料理。活動過程將以培養在地人才技能與知能為目的，發展在地遊程品牌所需之人員養成與收集，以作為未來區域產業規畫方案參酌與促進經濟永續發展。

2. 活動特色

I. 課程解說：由業界專業講師分享外界成功案例與操作流程，並由講師帶領學員深入場域實作，走入社區在地實踐，讓學員瞭解地域發展和當地文化、產業內容和特色，據以加強漁村生態導覽之促動元素與解說技巧。

II. 焦點交流：藉由分組討論，蒐集參與者的體驗心得與想法，立即修正與發掘在地可以感動遊客的深度旅遊元素。

III. 實作演練：藉由實作教學之試行，分享可以對外行銷的不同漁村體驗項目與內容。

3. 活動主題

漁村人才接力系列課程　漁村風味餐創意料理開發

4. 時間

108 年 11 月 01 日(五)上午 9 時 00 分~12 時 00 分

5. 地點

基隆私立培德工家(基隆市信義區培德路 73 號)

6. 辦理對象

以在地居民、青創業者與周邊業者為主

7. 議程

日期	課程名稱	課程大綱	講師建議
11/01 09:00-12:00	漁村風味餐創意料理開發 (秋冬當季當地魚貨料理)	09:00-09:10 開場致詞 09:10-10:00 漁村秋冬特色食材簡介 漁村秋冬特色料理示範 10:00-11:30 學員實作演練 11:30-12:00 交流與回饋	**培德工家** 雷國俊主任

8. 問卷分析

(1). 基本資料

受訪者基本資料如下表：此課程參與者主要以女性居多(12 人)，年齡層較高，以 51 歲以上為主(14 人)，教育程度大多為高中職(7 人)，其次為大學/專科(6 人)，職業以家管為多數，月收入大多為一萬以下(7 人)。

基本資料	項目	人數	有效樣本
性別	男	5	N=17
	女	12	
年齡	18 歲以下	0	N=17
	18 到 30 歲	1	
	31 到 40 歲	2	
	41 到 50 歲	0	
	51 歲以上	14	
教育	國中以下	2	N=17
	高中職	7	
	大學/專科	6	
	碩士以上	2	
職業	自由業	2	N=17
	服務業	2	
	學生	1	
	家管	8	
	退休	3	
月收入	1 萬以下	7	N=13
	1-3 萬	5	
	3-5 萬	1	
	5-7 萬	3	
	7 萬以上	3	

(2). 課程調查

i. 受訪者得知課程消息的來源主要以朋友為主(39%)，其次為里長(28%)，其他為家人(5%)。

ii. 受訪者參與本課程的原因以個人興趣為受訪者主要參加課程的原因，其次為擴展社交關係。

iii. 受訪者對於內容規劃設計之滿意程度，受訪者均感到滿意，其中有 61%的受訪者感到非常滿意。

iv. 受訪者對於內容實用性之滿意程度，受訪者均感到滿意，其中有有 61%的受訪者感到非常滿意。

v. 受訪者對於課程時數安排之滿意程度，有 94%的受訪感到滿意，有 61%的受訪者感到非常滿意。

vi. 受訪者對於課程內容與強化工作所需知能之同意程度，有 88%的受訪者感到同意以上，其中有 70%的受訪者感到非常同意。

vii. 受訪者對於講師專業知識之滿意程度，受訪者均感到滿意，其中有 72%的受訪者感到非常滿意。

viii. 受訪者對於講師主題掌握方面之滿意程度，受訪者均感到滿意，其中有 72%的受訪者感到非常滿意。

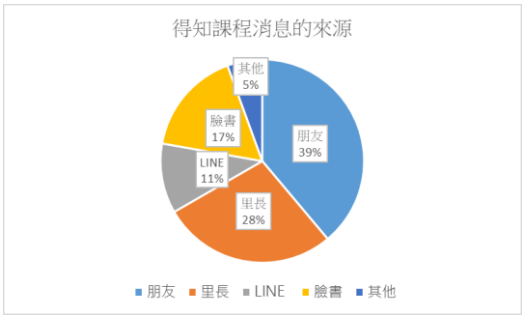
ix. 受訪者對於講師與學員間的互動之滿意程度，受訪者均感到滿意，其中有 72%的受訪者感到非常滿意。

x. 受訪者對於本次課程學到東西之滿意程度，受訪者均感到滿意，其中 78%的受訪者感到非常滿意。

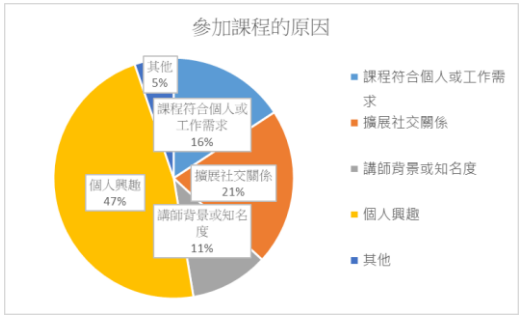
xi. 受訪者對於本次課程之整體滿意度，受訪者均感到滿意，其中有 78%的受訪者感到非常滿意。

xii. 受訪者們皆對未來是否應持續辦理漁村風味餐創意料理課程感到非常同意。

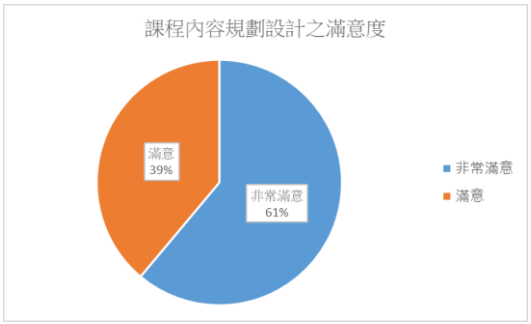
xiii. 受訪者建議未來社區可增加何種課程， 53%的受訪者認為未來應增加地方旅遊規劃相關課程，有 41%的受訪者則認為應加強地方行銷。



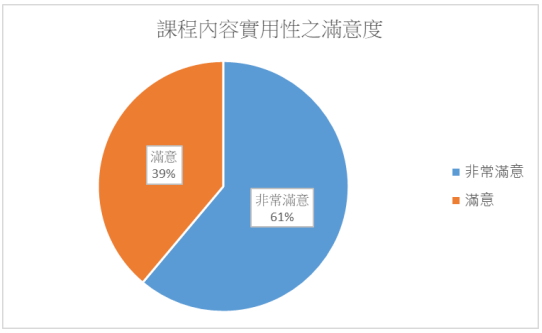
得知課程之訊息來源



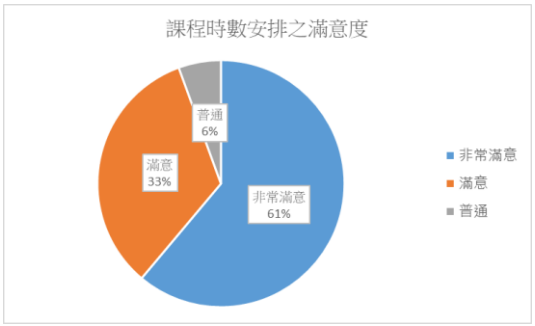
參加課程的原因



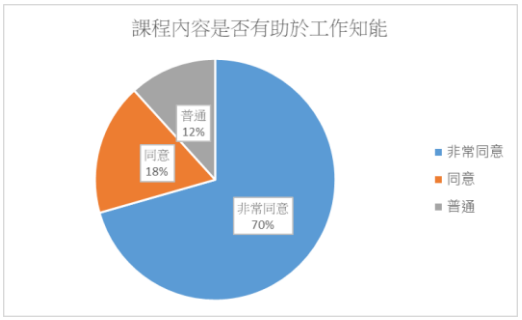
課程內容規劃與設計之滿意度



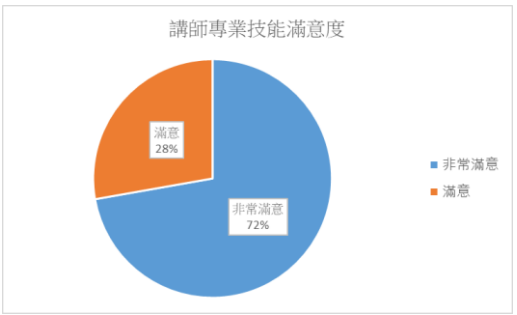
課程內容實用性之滿意度



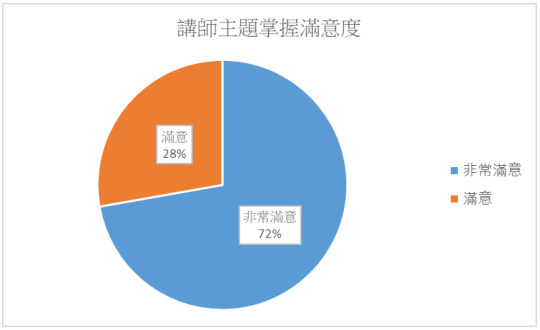
課程時數安排之滿意度



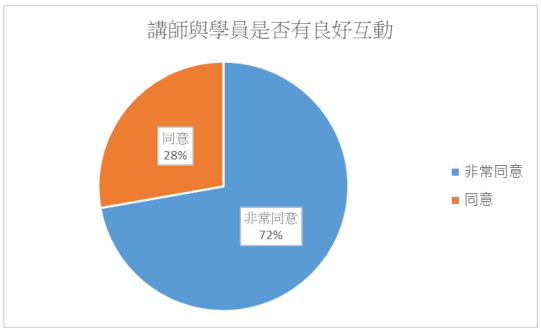
課程內容有助於強化工作所需知能



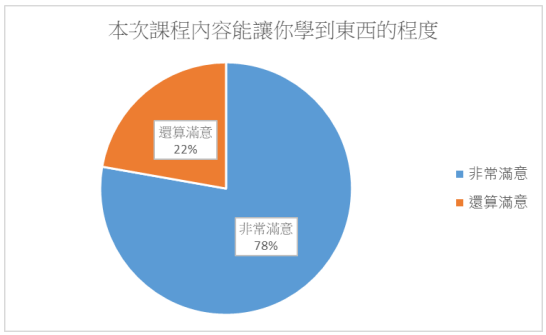
講師專業知識能力之滿意度



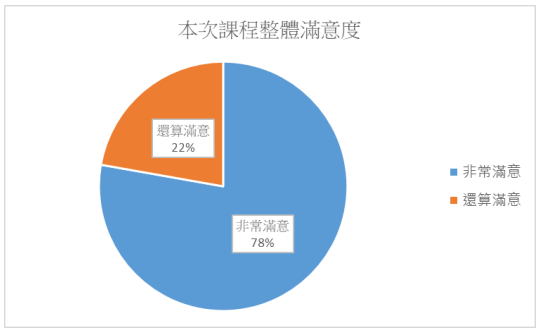
講師主題掌握之滿意度



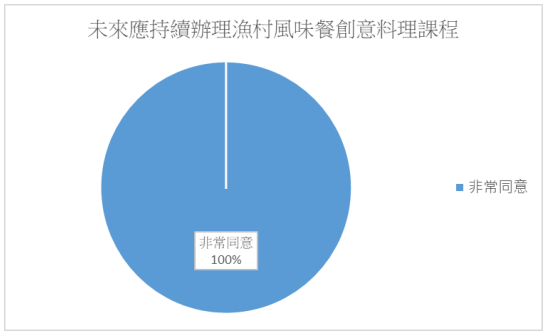
講師與學員有良好互動滿意度



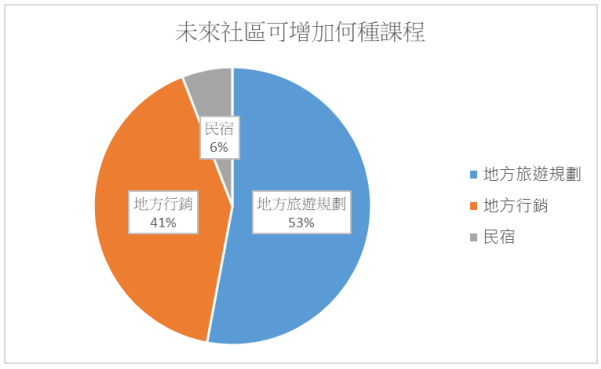
課程內容能學到的東西的程度



本次課程整體滿意度



未來應持續辦理



未來社區可增加何種課程

(3). 其他建議

i. 受訪者針對這次課程的建議主要以地點不方便以及課程內容可更加深入為主。

9. 照片花絮

(八) 第八場工作坊

1. 活動目的

長潭里與望海巷海灣目前面臨高齡化、人口持續流失、漁村空間閒置與凌亂的現象，但其漁港觀光、親海與潛水人潮卻是逐年攀升，未來應運用當地生態、觀光、漁業、文化等資源與優勢。以培力課程方式，深化合作方式與解決方案，挖掘自身資源、補足觀光能量缺口、鍵結消費者、漁業人員和學術單位等三方專業資源，依據學員之學習狀況，直接且快速調整其施作方方式與內容。本次活動使用基隆在地時令食材，結合地方餐飲學院，透過實際操作方式，開發漁村新創料理。活動過程將以培養在地人才技能與知能為目的，發展在地遊程品牌所需之人員養成與收集，以作為未來區域產業規畫方案參酌與促進經濟永續發展。

2. 活動特色

I. 課程解說：由業界專業講師分享外界成功案例與操作流程，並由講師帶領學員深入場域實作，走入社區在地實踐，讓學員瞭解地域發展和當地文化、產業內容和特色，據以加強漁村生態導覽之促動元素與解說技巧。

II. 焦點交流：藉由分組討論，蒐集參與者的體驗心得與想法，立即修正與發掘在地可以感動遊客的深度旅遊元素。

III. 實作演練：藉由實作教學之試行，分享可以對外行銷的不同漁村體驗項目與內容。

3. 活動主題

漁村人才接力系列課程　DIY 體驗教學

4. 時間

108 年 11 月 01 日(五)下午 14 時 00 分~17 時 00 分

5. 地點

長潭里漁民活動中心(基隆市中正區北寧路 396 巷 68 號)

6. 辦理對象

以在地居民、青創業者與周邊業者為主

7. 議程

日期	課程名稱	課程大綱	講師建議
11/01 14:00-17:00	DIY 體驗教學 (油漬小卷，彩色石花凍)	14:00-14:10 開場致詞 14:10-15:30 油漬小卷體驗 15:30-17:00 彩色石花凍體驗 16:30-16:50 蒐集體驗心得	**油漬小卷:** 八斗邀友善餐廳 戴秀真 **彩色石花凍** 女巫背包客體驗館 張菀庭

8. 會議記錄摘要

I. 學員回饋

i. 吳淑惠：本身為基隆嶼導覽志工、山海協會、顧八斗協會

ii. 陳信實：現職為海科館主題館導覽員，畢業後才開始認識自己家園，學習環境教育、城鄉永續發展相關科系，未來會投入為基隆家園工作。預計於深澳坑地區建一自然學校，以發展全人教育為目的。

iii. 林怡芳：海科館志工，今日參與課程目的為多充實技能。

iv. 蘇玉蘭：嫁入基隆已經 40 年，對漁村的認識從陌生到熟悉，目前積極參與培訓課程，曾參與基隆嶼導覽員培訓，期望充足技能，將生活 40 年的漁村透過導覽推廣出去

v. 吳素玫：五年前退休返鄉回長潭里，並於長潭里經營滿記海產專賣店，參與本次課程帶來許多啟發，未來有意願結合在地媽漁村媽共同組織，有望為地方增加收入、提升經濟，吸引青年回鄉。

vi. 吳意節：參訪過許多北海岸的景點發現北海岸之物產都相同，該如何特色化為各地區發展之重點。

vii. 葉淑花：到訪周邊國家發現長潭里各種景色不輸國外景色。曾任校長一職，本身從事教育，投入本次活動很受感動，期望長潭里可以持續發展，未來會持續關注海洋教育面向。

9. 問卷分析

I. 基本資料

受訪者基本資料如下表：DIY 體驗教學之受訪者主要為女性(15 位)，年齡以 51 歲以上為主(16 位)，教育程度主要為高中職(9 位)，其次為大學(7 位)，職業以家管(9 位)和退休人士(5 位)居多，月收入填答者較少，僅有 14 位，大多 1-3 萬元(7 位)。

基本資料	項目	人數	有效樣本
性別	男	5	N=20
	女	15	

基本資料	項目	人數	有效樣本
年齡	18 歲以下	0	N=21
	18 到 30 歲	1	
	31 到 40 歲	3	
	41 到 50 歲	1	
	51 歲以上	16	
教育	國中以下	2	N=21
	高中職	9	
	大學/專科	7	
	碩士以上	3	
職業	自由業	3	N=21
	服務業	3	
	學生	1	
	家管	9	
	退休	5	
月收入	1 萬以下	4	N=14
	1-3 萬	7	
	3-5 萬	2	
	5-7 萬	0	
	7 萬以上	1	

II. 課程調查

i. 受訪者從何處得知此次課程訊息受訪者主要經由朋友介紹為受訪者主要消息來源(38%)，其次為里長告知(29%)。

ii. 受訪者之參加本課程的原因，個人興趣為受訪者們主要參加課程的原因(67%)，其次為課程內容符合個人或工作需求(19%)。

iii. 受訪者對於課程內容規劃與設計之滿意度為滿意以上，其中非常滿意者達 67%。

iv. 受訪者們對內容實用性之滿意程度，感到滿意以上的有 95%，有 57%的受訪者感到非常滿意。

v. 受訪者對課程時數安排均感到滿意以上，有 48%的受訪者達到非常滿意的程度。

vi. 受訪者對課程內容有助強化工作所需知能的部分之同意程度，均感到同意，其中有 38%的受訪者達到非常同意。

vii. 受訪者對於講師專業知識能力之滿意程度，感到滿意，其中非常滿意達到 48%。

viii. 受訪者對於講師主題掌握之滿意程度，受訪者感到滿意，其中有43%的受訪者感到非常滿意。

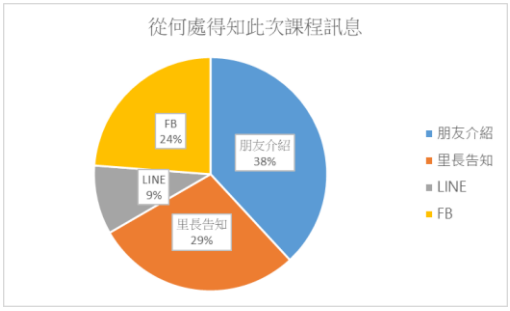
ix. 受訪者對於講師與學員的互動之滿意程度，受訪者感到滿意，其中有 52%的受訪者達到非常滿意。

x. 受訪者對於本次課程學到的東西之滿意程度，受訪者感到滿意，其中有 57%的受訪者感到非常滿意。

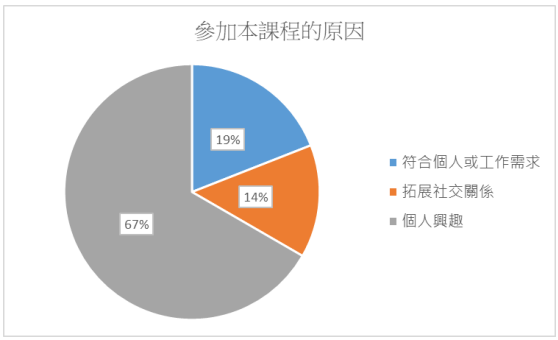
xi. 受訪者對於整體課程之滿意程度，受訪者均感到滿意，其中有57%的受訪者感到非常滿意。

xii. 受訪者均認為未來應持續辦理相關課程。

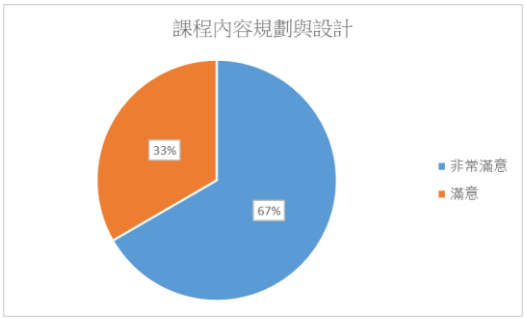
xiii. 受訪者建議未來社區可增加何種課程，受訪者認為應增加地方旅遊規劃與地方行銷之課程。



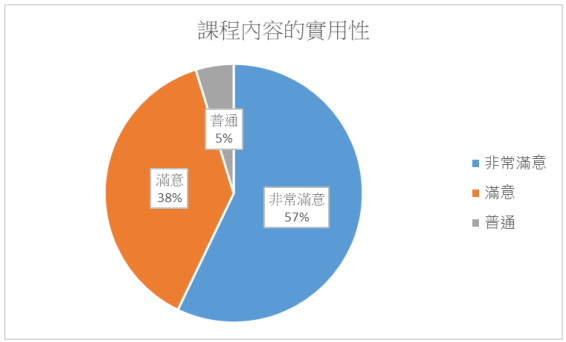
得知課程之訊息來源



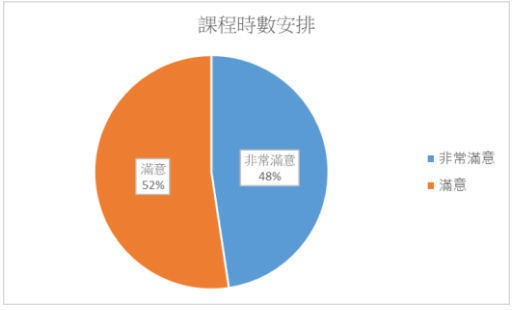
參加課程的原因

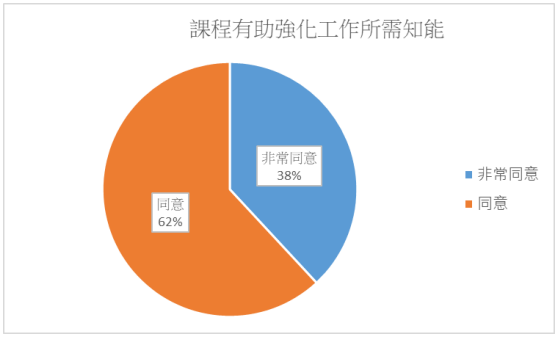


課程內容規劃與設計



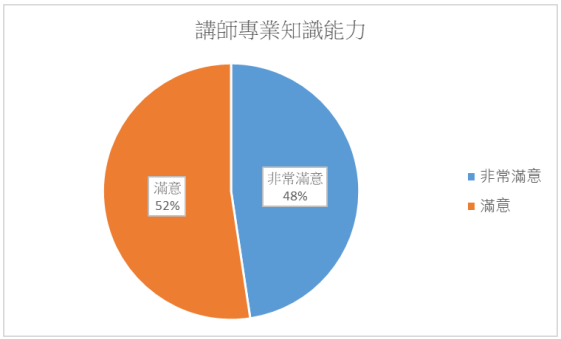
課程內容實用性

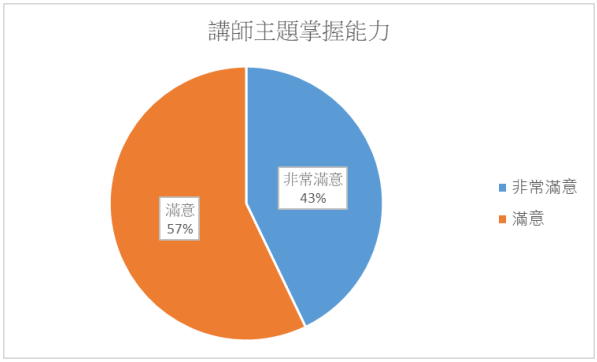




課程時數安排

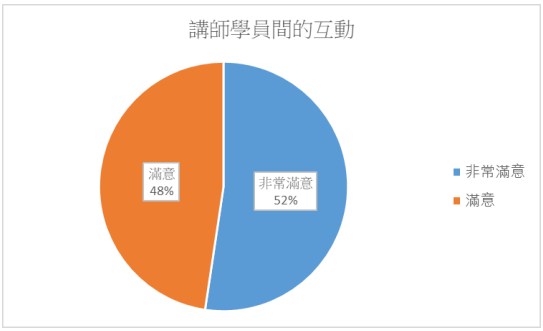
課程內容有助於強化工作所需知能

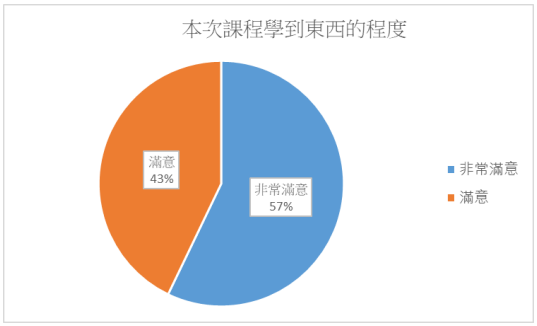




講師專業知識能力

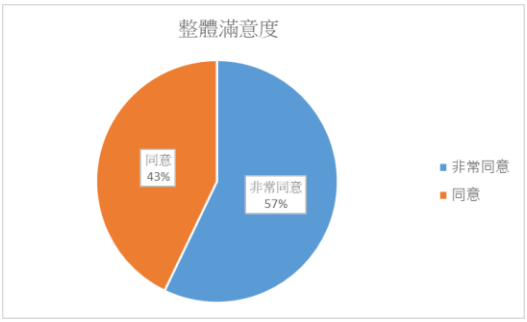
講師主題掌握滿意度

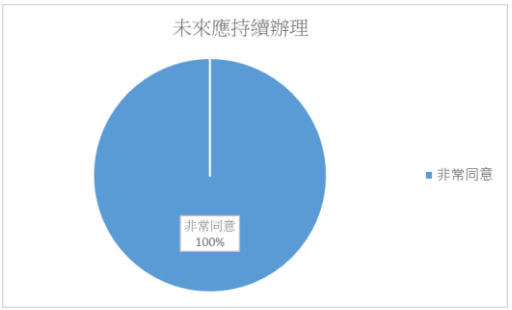




講師與學員有良好互動滿意度

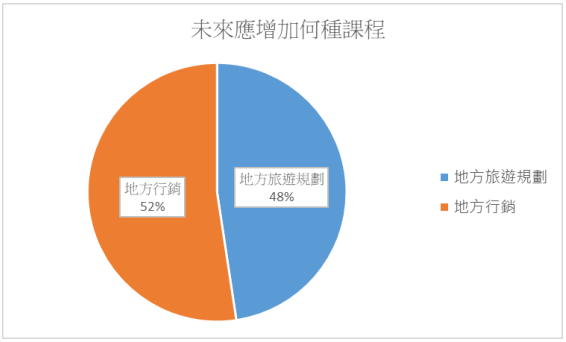
課程內容能學到的東西的程度





本次課程整體滿意度

未來應持續辦理



未來社區可增加何種課程

III. 其他建議

i. DIY 活動均得到受訪者好評，但有受訪者認為應更針對地方風俗設計課程，以做出差異化，凸顯長潭社區的特色。

10. 活動花絮

(九) 第九場工作坊

1. 活動目的

因應長潭里與望海巷海灣目前現地漁港狀況，漁船作業採漁獲市場批發直送給中盤商或魚販進行零售，漁民多數經濟狀況良好，對於因地區發展更新而轉型娛樂漁業與二三級之需求較為薄弱，加上業者因長期固守於自家產業，亦缺少交流合作之有效連結。

I. 透過媒合平台會議，供需雙方相互瞭解需求條件與合作模式。

II. 促成產業合作並加速漁村轉型，改善漁村產業結構。

III. 滾動式調整長潭(潮境)直售所運作推動建議作法之規劃。

2. 活動主題

直售所媒合會

3. 時間

109 年 4 月 30 日(四)上午 10 時 30 分~12 時 00 分

4. 地點

基隆市潮境海洋中心(基隆市北寧路 369 巷 61 號)

5. 辦理對象

以在地漁民、在地公協會與餐廳業者為主

6. 議程

時間	內容	主講者
10:15-10:30	報到	財團法人中衛發展中心
10:30-10:50	開場與致詞	基隆市政府產業發展處 蔡科長 馥嚀
10:50-11:10	在地直售所運作方案建議	財團法人中衛發展中心 主講人：吳佩祉/專案經理
11:10-11:50	漁民與餐廳媒合座談 漁民自我介紹 餐廳需求說明	漁民、型男大主廚 主持人：王郁華/顧問
11:50-12:00	交流回饋	財團法人中衛發展中心
12:00	賦歸	

7. 主題重點

I. 在地訪談簡述：

i. 本地漁業調查：

長潭漁港與望海巷漁港相對於八斗子與正濱漁港規模較小，皆是從早期發展至今的傳統漁村聚落，屬第二類漁港，停泊 50 噸以下的沿岸、近海漁船，以燈火漁業為主，長潭里漁港計有 40 艘，望海巷漁港則有 42 艘。作業地點均在沿岸附近當天往返，望海巷漁港漁船經營種類以棒受網(燈火漁業)為主，曳繩釣、延繩釣為輔，漁獲物冬春以延繩釣之赤鮴，夏季棒受網之鎖管、飛魚卵為主。因無漁市場，漁獲物均直接由大盤商收購或運至孝二路漁市場拍賣，亦有部份直接運往附近餐廳銷售。

ii. 直售所概念：

幫助漁民從傳統、被動式、受支配的通路，將部份魚貨以市場外流通的方式，透過地產地消的概念，以直售所、宅配等與消費者直接面對面的交易方式，增加其他收入可能。

iii. 漁業販售產業鏈：

生產者(漁民、漁獲處理販售)→中盤商→市場→小售/食品加工/餐飲→消費者

iv. 以下訪綱針對漁民與漁獲處理販售者於長潭在地成立示範直售所之可行性包含漁獲量、種類以及通路進行市場調查評估：

- 若長潭漁港未來成立直售鋪或行動直售攤車有什麼發展潛力？
- 通常每日漁獲捕獲後，您給中盤商的利潤有多少？
- 目前的供貨客源及比例？
- 漁獲的銷售對象除了盤商這個通路外，你覺得還有哪些通路可以賺錢？
- 漁獲的魚種有哪些？那一種魚種賣的比較好？
- 目前的漁價都如何評估？星期一的漁價會不會比較好？
- 若有餐廳主廚(私廚)想要購買魚貨是否可以供應？若可供應希望以何種方式(電話、網路平台、社群平台 line FB...)聯繫購買漁貨？

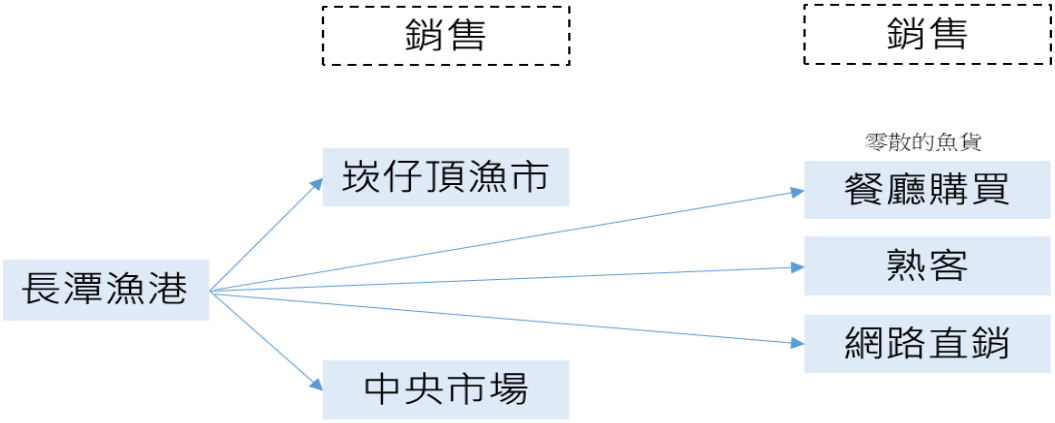
v. 訪談摘要：

關於直售所議題共訪談 9 個單位，皆認為長潭發展產地直售所是有潛力的但須與漁會有市場區隔，目前長潭在地的漁獲皆送往崁

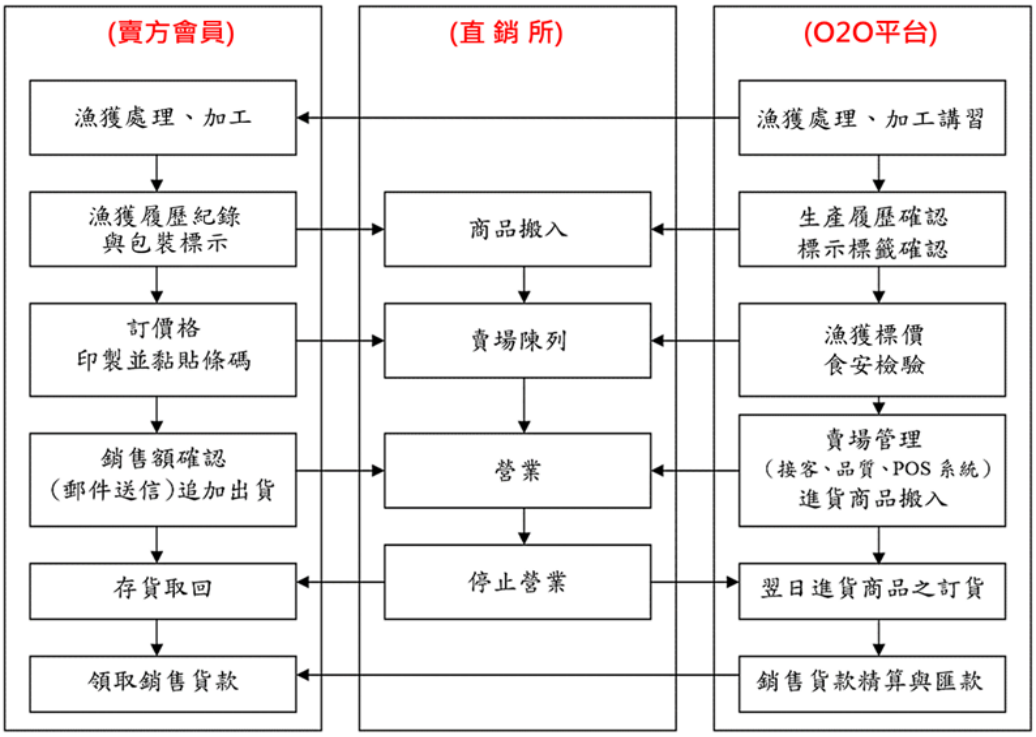
仔頂市場(也有部份送往台北中央市場)，須扣掉佣金(基隆崁仔頂5%、台北中央市場 6%)、運費與卸貨費即為利潤，也有少量會販售給熟客，其中有 4 個單位販售通路較廣，顏宏秋小卷攤販有固定販售給南部遊覽車團和北部長者，另外 3 個單位(八斗邀餐廳、王銘祥船長與滿記海產)則有透過網路平台販售漁獲。所有受訪者皆對直售所建置場地無想法，素卿媽則建議可設置拍賣漁市，每週定期於指定地點搭臨時棚拍賣。

II. 直售所運作流程

i. 目前運作流程



ii. 直售所營運方式



(十) 第十場工作坊

1. 活動目的

本次工作坊議題因應該區未來產業發展規劃建立循環經濟體制，擬導入永續海洋貨幣及行動支付之推行，藉由屏東小琉球推動海灘貨幣個案分享，引導在地居民、業者等，共同建立循環經濟之體制，串聯場域周邊服務，以物換購模式驅動海廢的循環再利用並增加地方產業關係鏈結，協助業者導客服務及推廣在地特色產品，為伴手禮、美食、文創商品及農漁特產品創造新的展銷通路及話題。

I. 喚起居民與業者對於海洋永續議題之關注與感受海灘貨幣獨特魅力。

II. 望海巷淨灘與海灣遊憩觀光旅遊結合之模式探討。

III. 推動循環經濟機制，增加地方產業關係鏈結。

2. 活動主題

海廢貨幣服務模式設計

3. 時間

109 年 05 月 13 日(三)下午 13 時 00 分~16 時 40 分

4. 地點

國立海洋科技博物館-潮境海洋中心海洋實驗室(B115)

5. 辦理對象

以在地居民、業者、公協會組織及周邊產業業者等

6. 議程

時間	內容	主講者
12:30-13:00	報到	財團法人中衛發展中心
13:00-13:05	開場	財團法人中衛發展中心 吳佩祉/專案經理
14:05-14:10	主席致詞	基隆市政府產業發展處 蔡科長 馥嚀

時間	內容	主講者
13:10-14:00	**【海洋教育】** 認識海洋面臨課題	海湧工作室有限公司 陳人平執行長
14:00-15:00	**【淨灘體驗】** 望海巷淨灘 淨灘工具介紹，實際參與淨灘	海湧工作室有限公司 陳人平/執行長 郭芙/副執行長
15:00-16:00	**【海灘貨幣與 DIY】** 分享小琉球海灘貨幣推行，並讓參與者藉由動手體驗的方式瞭解小琉球海灘貨幣獨特魅力	海湧工作室有限公司 (琉球鄉白沙國小藝文教師) 林佩瑜/行銷總監
16:00-16:40	**【交流與回饋】** 藉由焦點討論，創建長潭里海灘貨幣、無塑海洋等相關素材，鏈結地方不同微型產業。	財團法人中衛發展中心 吳佩祉/專案經理
16:40	賦歸～	

7. 議題：

   I. 海廢貨幣在基隆/望海巷推展的潛力

   II. 海洋廢棄物之價值再造

   III. 推展海廢貨幣機制，可以如何嫁接與合作?

8. 參與者意見回饋

   I. 國立台灣海洋大學

   i. 小琉球海廢貨幣上線後，民眾大多以珍藏取代流通，若基隆望海巷要發展海廢貨幣，應先思考推行貨幣之意義(如淨灘成就)，貨幣型式(日本神奈川為例，以顏色區隔等級)，如何說服店家合作參與折抵活動，實際發行之後可實行之程度..等等議題。

   ii. 望海巷海灣廊帶，自海科館、八斗子至八斗子車站與鐵道自行車，應探討如何發展與串聯此廊帶上之休閒觀光產業，以作為推行貨幣流動之最大動機。

   II. 國立台灣海洋科技博物館

海科館辦理淨灘活動主要目為 ICT 調查、資料收集，未來是否以比賽方式舉辦淨灘? 若是採用實體貨幣，設計單位會委由高中美術班或是由哪個單位進行?

III. 基隆市民宿觀光發展協會 車雅惠顧問

可參考英國百年的國民信託成功案例，要提倡任何議題先思考望海巷之未來想像願景，如先前由垃圾場發展到現在的環境，居住凋零要如何永續 低成本低效益 客人回流 地方怎麼扎根。

IV. 基隆市議員張淵翔

未來我們可透過海灘貨幣與世界連結，法令與熱誠，這個地方須要熱情的小眾一個串一個。

(十一) 第十一場工作坊

1. 活動目的

本次工作坊議題，因應該區未來產業發展擬推動親水活動，藉由屏東小琉球水域活動產業業者個案分享，引導在地居民、業者等，共同討論引發在地產業串連的營運模式。同時，不違背保育區內目前全面實施禁網、禁釣、禁採捕及嚴格執行取締等規範，然而，保育區雖限制採捕，仍保有民眾親海的權益，例如：潮間帶戲水、浮潛、潛水、立槳、獨木舟等親水活動，帶動週邊觀光產業活絡。

I. 透過個案分享，認識水域活動產業營運推動模式。

II. 改善供需市場落差，串接海域活動產業供應鏈。

III. 滾動式調整海域活動產業推動建議作法之規劃。

2. 活動主題

在地水域活動營運模式探討

3. 時間

109 年 05 月 14 日(四)下午 13 時 00 分~17 時 00 分

4. 地點

國立海洋科技博物館-潮境海洋中心海洋實驗室(B115)

5. 辦理對象

以在地居民、業者、公協會組織及周邊產業業者等

6. 議程

時間	內容	主講者
13:00-13:30	報到	
13:30-13:35	開場	財團法人中衛發展中心 吳佩祉/專案經理
13:35-13:40	主席致詞	基隆市政府產業發展處 蔡科長 馥嚀
13:40-14:50	**【海洋教育】** 小琉球守護海洋的具體行動	海湧工作室有限公司 郭芙/副執行長
14:50-15:30	**【DIY 體驗】** 麻花捲現場演示 演示當地特色伴手禮製程	台灣咾咕嶼協會 蔡俊吉/理事長
15:30-16:30	**【水域活動營運分享】** 水域遊憩營運模式分享、遊程內容講說與推廣分享	探索拉美 蔡佳臻/專案經理
16:30-17:10	**【交流與回饋】** 藉由焦點討論，討論望海巷水域活動產業發展性及相關旅遊服務內容。	財團法人中衛發展中心 吳佩祉/專案經理
17:10	賦歸～	

7. 參與者意見回饋

I. 山水漾有限公司

目前獨木舟遊憩遇到之問題為「交通」以及「腹地狹小」，雖目前獨木舟下水點已設置斜坡道捷徑方便遊客至岸邊以及沙灘遊憩，但常遇到有些遊客因路況不熟，將汽車開至斜坡，造成擁擠堵塞;望海巷下水點腹地狹小，缺乏獨木舟載具放置區域亦是待解決之議題。

II. 國立海洋科技博物館-陳麗淑主任

i. 望海巷濱海遊憩中心目前等待業者承租中，希望有業者先承租下來再分租出去。

ii. 碧砂漁港輕食區 一映基隆嶼登島 漁會與漁業署承租， 漁會一開始也反彈但因業者需求增加，將 7 個店面分租出去，是不是能有這樣相似的營運模式 限制業者招租出去 創造雙贏 群聚加速自律。

III. 國立海洋科技博物館-葉建宏

目前僅有海科館會於潮境保育區內活動，大部分之獨木舟業者皆從望海巷下水，但由於從陸地至望海巷岸邊僅途經一條斜坡道，沙灘之面積也不大，容許量有限。有時遊憩途中，漁船亦會經過，危險性高。建議也可由昭明宮(目前有 2 家業者: 台灣走透以及台北業者)下水出發，至象鼻岩之路程與時程皆縮短，業者則可增加出團數。

未來我們可透過海灘貨幣與世界連結，法令與熱誠，這個地方須要熱情的小眾一個串一個。

IV. 基隆市民宿觀光發展協會-車雅惠顧問

i. 地方水域活動相關法律規範不明確。

ii. 望海巷海灣有其優勢可以教育推廣性質辦理活動，較能維持保育特質與不影響水下生態。

V. 長潭居民-葉淑花前校長

i. 應與當地漁民多加溝通，瞭解他們對於水域遊憩產業之想法

ii. 水域遊憩產業建議可與海科館合作，館內靜態展覽搭配館外實際體驗活動，增加遊憩的廣度與深度。

VI. 基隆市中正區-張淵翔議員

i. 法規方面：開放海洋有許多限制。不只是安全方面、舒適方面

ii. 岸上設施(物品置放區)可使小朋友適合戲水地區。

iii. 海上不僅只有望海巷海灣還有航道，須管制分流，共同使用。

VII. 科長總結

動力以救援為主，遊憩以漫遊無動力為主。

(十二) 第十二場工作坊

1. 活動目的

本次工作坊以遊程實作方式辦理，特別邀請在地權益關係人、旅行社業者、部落客以及有意願者投入在地特色產業經營者，共同參與本工作坊。路線安排希冀串聯漁村與海灣廊帶，發展地方限定商品及服務，進行示範性遊程可行性討論並初步評估。依據參與者之意見回饋，滾動式調整設計內容，找出最適切之遊程動線安排與盤點週邊服務或設施需求，以利未來交棒給在地組織或吸引投資者進駐時能永續經營並帶動海灣觀光產業串聯整合行銷。

I. 透過遊程實作，串聯漁村與海灣週邊廊帶。

II. 改善供需市場落差，盤點設施或服務需求，串接旅遊產業供應鏈。

III. 滾動式調整遊程動線設計。

2. 活動主題

在地小旅行(里海、綠色旅遊)

3. 時間

109 年 06 月 05 日(五)上午 10 時 30 分~下午 16 時 30 分

4. 集合地點

國立海洋科技博物館北寧路正大門(基隆市北寧路 367 號)

5. 辦理對象

以在地公協會、旅行業者及部落客等

6. 議程

時間	內容	主講者
09:30-10:00	報到	
10:00-10:15	開場 參與目的、目標客群與路線簡介	財團法人中衛發展中心 吳佩祉/專案經理
10:15-10:25	主席致詞	基隆市政府產業發展處 蔡科長 馥嚀

時間	內容	主講者
10:25-12:00	**【國立海洋科技博物館】** 區域探索館、海洋劇場	海洋科技博物館
12:00-13:00	**【漁村媽媽請吃飯、交流小聚】** 享用漁村媽媽私房料理、品嘗漁夫討海返家時，暖暖的媽媽手藝。	長潭社區發展協會 鍾麗美 理事長
13:30-16:00	**【與海洋共舞~薯榔染布】** **【八斗子老街巡禮】** 1. 草鞋踩水-大草鞋故事 2. 海水染布體驗 3. 八斗漁村漫步	八斗子觀光促進會 藍麗玲 理事長
16:00-16:30	**【交流與回饋】** 藉由焦點討論，評估路線可行性及相關旅遊服務內容。	財團法人中衛發展中心 吳佩祉/專案經理
16:30	賦歸~	

7. 參與者意見回饋

I. 嘉仁旅遊社

i. 相對其他著名景點來說，曝光率不高但知性、深度高，適合推廣下半天小團體行程，人數不適宜太多，容易互相干擾，太多人反會破壞當地生態結構。建議利用基隆海洋優勢，規劃跳點行程，基隆嶼登島接金山行程等，A 點進 B 點出較接近帶狀旅遊帶推廣。

ii. 海科館票價結構比重高，是否能先將海科館名聲推廣，剛開始以低價推廣。

II. 雄獅旅行社

i. 國內旅遊基隆僅有一個行程，忘憂谷、深奧自行車道與正濱漁港(網紅打卡點)直接到九份那一帶。旅遊業者考量的點無一是價位是否能打進消費族群與客群設定(小眾)遊覽車無法做精緻遊程。

ii. 單靠旅遊業推廣，力道弱，很少見到基隆整套推廣旅遊配套遊程。

III. 海科館

i. 票價偏高，全區套票、兩館優惠，針對旅行社同業有不同的價格。

ii. 目前以精緻小團為主，除了與再地業者合作也有培訓自己的導覽志工，導覽品質高。

iii. 有接過大型企業團，安排一整天行程，除了館內 也有結合手作課程 水上獨木舟 浮潛 潮間帶 深度旅遊 單一窗口服務 曝光還須努力。

IV. 兩都漫步

i. 下午體驗海水染布體驗，如果有更多故事包裝(背景歷史)，讓人與空間連結，可讓大家更進入體驗。

ii. 海科館在這一代是很重要的空間，有室內場域，可作為雨天或酷暑時的備案，以一個主題切入，與周邊海域與環境結合。步行團體走精緻化 A 進 B 出(瑞芳火車站-深澳線-八斗子火車站)。

V. 八斗社區發展協會

八斗子很適合小旅行，八斗子觀光人口曾但近海科館參觀人數少，客仁弱進場也不消費 應視客戶的需求，調整價位，價格低與精緻旅遊無法畫上等號，須多溝通協調。

VI. 部落客-愷愷

體驗產品可更實用帶著走，如背出去給朋友看時可推廣在地。

VII. 部落客-王雪美

導覽老師非常重要。

VIII. 部落客-探索星球

iii. 分析現況(外國人廟口後直接去九份)現況找出問題 曝光度不足 海科館能見知名度不足 親子與學習教育有極大價值存在 嗨科館為基礎核心擴散經濟。

iv. 利用基隆海洋與漁港優勢，共同推廣所有漁港意象傳遞，吸引更多遊客。

v. 室內教育空間與實體體驗結合，結合理論與實務。

IX. 部落客-袁彬

可結合八斗子忘憂居景點，料理應結合故事性，美個瞭裡都有不同特色與各客交流。

X. 部落客-Jaime

海科館導覽的必要，加深與在地之串聯，導覽耳機。

七、 社區共識營

(一)第一場社區共識營

1. 活動目的

為串聯長潭漁港及望海巷整體規劃與時俱進貼近需求，透過年度辦理之場域規劃說明會及社區工作坊之結論議題作為架構，並有效的結合既有在地環境資源，探究其產業可能衍生的契機，辦理社區共識營，邀請地方團體與產學研共同參與，藉由集結眾人意見集思廣益、激發共識能量，以全面性、前瞻性、突破性的思維，解決政策推動目前的問題與預見未來的機會，作為發展長潭漁港與望海巷的產業規劃藍圖與需求方案，打造生產、生活、生態三生一體社區產業發展模式。

為能推動漁村聚落特色產業發展，提升產業發展創生能量，規劃透過現場實地觀摩業者理念之深入分享，參考他人成功經驗，提升漁村聚落自主改善能量。辦理單位

2. 對象與人數

(1) 基隆在地業者為主，各單位原則至多報名 2 人。

(2) 參訪人數約 20 人。

3. 辦理期程

(1) 活動名稱：傳統海灣『激盪。蛻變。築夢』之產業見學營

(2) 日期：108 年 10 月 16 日(三)至 108 年 10 月 17 日(四)

(3) 地點：

1. 洄游吧：花蓮縣新城鄉海岸路 32 號
2. 七星柴魚博物館：花蓮縣新城鄉七星街 148 號
3. 黑潮文化海洋基金會：於七星柴魚博物館會議室分享

4. 授課講師

(1) 黃紋綺(洄游吧負責人)

(2) 馮筱惠(柴魚博物館執行長)

(3) 陳冠榮(黑潮文化海洋基金會)

5. 議程規劃

	時　　間	行　程　內　容	說明
10月16日第一天	08：50~09：00	臺北車站集合	規劃搭乘【278 太魯閣】09:20-11:30 臺北-花蓮
	09：00~09：20	七堵車站集合	規劃搭乘【278 太魯閣】09:38-11:30 七堵-花蓮
	09：20~11：30	車程	臺北-七堵-花蓮
	11：30~12：00	花蓮車站→家咖哩	
	12：00~13：20	午餐時間	**家咖哩(花蓮縣花蓮市中美路 106 號)** 負責人桌邊交流與分享
	14：00~17：30	七星潭摸魚趣	**洄遊吧 (花蓮縣新城鄉海岸路 32 號)** 13:50-14:00 報到集合、報關 14:00-14:30 七星潭古老漁法大解密 14:30-15:30 鮮魚上岸與拍賣/海岸巡禮 15:30-16:20 料理 DIY 親自動手做魚點心 16:20-17:00 品嚐魚點心/認識永續海鮮 17:00-17:30 洄遊回饋 Q&A
	17：30~18：00 (車程 20 分鐘)	洄遊吧→055 龍哥斯特海鮮餐廳	
	18：00~19：00	晚餐時間	**055 龍哥斯特海鮮餐廳(花蓮縣吉安鄉中央路三段 458 號)** 負責人桌邊交流
	19：00~19：20 (車程 10 分鐘)	055 龍哥斯特海鮮餐廳→璽賓行旅 Kadda Hotel	
	19：20~	入住璽賓行旅 Kadda Hotel	**璽賓行旅(花蓮縣花蓮市民權路 2-6 號)** 入住手續辦理

	時　　間	行　程　內　容	說明
10月17日第二天	08：00~08：40	早餐時間	
	08：40~09：00 (車程 10 分鐘)	璽賓行旅 Kadda Hotel→柴魚博物館**(花蓮縣新城鄉七星街 148 號)**	
	09：00~10：30	黑潮文化海洋基金會陳冠榮	黑潮成立的脈絡、花蓮海域鯨豚生態、海洋議題分享
	11：00-12：00	七星柴魚博物館館內社區導覽	觀摩內容：漁鄉產業文化區、黑潮曼波商品區、食魚教育手作體驗、地方創生七星特區
	12：00~13：00	午餐時間	午餐小聚
	13：00~14：30	七星柴魚博物館執行長馮筱惠	七星柴魚博物館的品牌故事、重生改建的歷程、地方串連的經驗、主題市集推動與地方創生做法的經驗交流
	15：00~15：50	交流與回饋	議題分組討論與回饋 建立望海巷漁村發展模組
	15：50~16：20 (車程 20 分鐘)	七星柴魚博物館→花蓮車站	
	16：20~19：00	花蓮-臺北	規劃搭乘【181 自強號】16:48-18:58 花蓮-七堵
	19:00～	賦歸	

註：參訪店家或行程順序將依連繫、天候等狀況，保留彈性調整

6. 歷次說明會及工作坊綜整

綜整歷次說明會及工作坊議題，分為三大面向歸納，觀光發展、水域活動、陸域設施，各場次節錄如下：

(1)觀光發展面

A. 當地人潮已逐漸興起，但產業服務量不足，漁民與里長期望規劃區域內可以發展的消費模式帶動周邊觀光商機：彩繪、潮間帶導覽、親子遊樂園、觀光漁市等。

B. 漁民提出未來地區轉型發展確實可嘉惠到業者並帶來實質收入，但也需考量實際住民之生活品質，使在地居民生活不要受太多干擾，建議應取得其平衡點。

C. 漁業為長潭地區重要的獲利產業，未來建議可建置示範直售所，集結漁民的不同漁獲(鯖魚、鎖管、白帶魚...等等)，根據顧客需求於直售所產地販售或宅配。

D. 關於直售所漁獲初級加工部份，期望鎖管商業包裝能朝向規格化，分級、分包與分大小隻，厚度與寬度則愈薄與愈寬愈好，不僅方便商家使用，退冰後鮮度亦能維持，提高品質也能拉高售價。

E. 為型塑與串聯海洋觀光廊道，需加強與八斗子漁村地區之嫁接。

F. 望海巷與潮境公園的硬體設施已優於八斗子，各踏點處皆有導覽牌設立，八斗子地區目前還是都由漁村媽媽口訴，因此，此區導覽業是非常有競爭力的。

G. 基隆目前獨棟房屋的狀況都沒問題，不少民眾對於民宿是有興趣且期待的，期望未來可於漁村培力課程導入日本相關民宿申請與規劃輔導案例參酌。

H. 民宿即是庶民經濟，只要有自由行就是民宿的天下，並可同時帶來食、衣、育、樂，因此民宿是產業發展不可或缺的一環，但基隆因為舊房子多，很多因營建問題無法轉型民宿。望海巷位於新北與基隆之樞紐位置，未來希望透過輔導地方再生，加入文化因子，能催生基隆更多民宿的設置。

I. 此區氣候較兩極，11 月至明年 5 月，東北季風來臨易下雨; 6 月至 10 月中，氣候又非常炎熱需搭配海上遊程，因此需針對不同季節、時段與不同目標族群，設定差異化遊程。因各個產業鏈之間需有獲利之空間，定價不宜太低須考量通路成本，若旅行社或異業未獲得該有的利潤，即會打消合作念頭。

(2) 水域活動面

A. 漁船作業與各項水域活動業，皆有海洋衝突的疑慮，危險性高，應給予明確規範進行管制，例如:爭論不休的漁船航道與潛水範圍之劃設，動力較強之漁船經過獨木舟是否會造成無動力獨木舟翻覆，港口以外漁船是沒有航道規劃的，獨木舟與漁船易產生衝突，任何水域活動規劃都需搭配明確且嚴謹之安全配套方案。

B. 漁會總幹事建議潛水處(潮境海洋中心周邊)可設置潛水服務區讓當地居民與耆老管理潛水時間與人潮，每位下水遊客皆需酌收場地費與戴上辨識手環，不僅可管控潛水人潮量亦可促進社區經濟活絡與參與率。

C. 除了推廣漁村觀光旅遊外，亦需考量社區全區產業，關於舢舨營運，望海巷與長潭漁港皆有部份漁民經營不善，日後應針對舢舨提出轉型策略方案。

D. 在地娛樂漁船事業業者銘隆號樂意藉由其企業體整合多方資源，並協助漁民受訓、相互合作合理分潤，以合法投入運用漁船載遊客潛水、釣魚等水域活動。

(3) 陸域設施面

(1) 望海巷區域指標不明確，建議可在現有海科館容軒內設置遊客服務中心，使遊客對此區旅遊景點有全面性之瞭解。

(2) 望海巷(八斗子海邊、隧道口)，期望未來可重新推動招商，建置觀光旅館以爭取東北角之觀光往留居所; 對面望海巷放水燈場域則可設置收費停車場，增加觀光收益。

(3) 由於潮境公園內無遮蔽走廊，夏季時，遊客與居民皆曝曬行走，里長建議設置遮蔽走廊，延長顧客黏性。

藉由上述觀光發展、水域活動、陸域設施三個面向歸納出望海巷海灣場域觀光發展現況與問題，長潭里與望海巷海灣目前面臨高齡化、人口持續流失、漁村空間閒置與凌亂的現象，但其漁港觀光、親海與潛水人潮卻是逐年攀升，未來應運用當地生態、觀光、漁業、文化等資源與優勢，輔以交通與基礎建設之改善，以潛水與生態體驗為核心，擴展週邊產業，發揮其海洋教育之使命; 亦期望能凝聚在地居民對於傳統文化之認同，以社區營造為軸心，打造海洋生態旅遊廊道與山海共榮生態藝術村。

此次觀摩活動，除了希望能凝聚社區共識與激勵業者創新轉型外，亦反思望海巷海灣如何與周邊或相關產業業者串聯、挖掘自身資源、補足觀光能量缺口、鍵結消費者、漁業人員和學術單位等三方專業資源，一步步推動永續海洋理念與適性適量發展海洋生態觀光。

7. 衍生討論議題

(1) 問題一：產業經營守舊，創新動力不足

(2) 問題二：海科館雖帶來區域人潮，但周邊串聯略顯薄弱

(3) 問題三：就業機會增長，卻面臨區域服務供給能量不足

(4) 問題四：基隆氣候不穩定因素影響遊客觀光到訪意願

A. 建議構想一: 打造望海巷海灣水上活動培育特色：推動望海巷海灣作成水上無動力休憩培力訓練中心；引進民間業者，打造臺灣最具海洋遊憩休閒風的渡假勝地。

B. 建議構想二: 適性適量發展海洋生態觀光：有效管制遊憩活動，適度分流遊客；增設鐵馬驛站、導覽服務中介站，提供接駁巴士，推動低碳旅遊；落實生態保育及復育，推動生態觀光旅遊。

C. 建議構想三: 傳統產業特色化與新創產業自主化：透過區域總體營造，進行產業與創業諮詢輔導，提昇區內餐飲、住宿、運動休閒的服務品質，輔導一級產業轉型二級加工或三級服務業，針對新創產業研擬進駐獎勵措施，導入多元培育資源，補足其自主營運最後一哩路。

D. 建議構想四: 深耕多元休憩體驗與漁業發展：以海科館為核心、沿海生態觀光體驗場域與八斗子周邊為水陸聯合旅遊線；推動觀光漁場或市集；推動地方限定之產品與服務，打造地方品牌、推動地方行銷。

8. 課前問卷

編號	單位名稱	姓名	請問您目前投入的產業及工作內容為何？	請問您對望海巷海灣一帶的未來想像為何？	未來想投入從事基隆望海巷海灣廊帶何種產業?
1	冰點	郭淑媛	冷凍海鮮批發零售	建立觀光漁港產業鏈	漁獲直售所, 漁村風味餐
2	冰點	鄭明山	冷凍海鮮批發零售	建立觀光漁港	漁獲直售所, 漁村風味餐
3	國立海洋科技博物館 展示教育組	鄭妘涵	博物館 教育推廣	不僅能發展觀光，更可以做到環境教育的意義	漁村體驗 DIY
4	國立海洋科技博物館 展示教育組	劉秀芬	目前專職於海洋環境教育推廣。	周遭資源有海、有山、有步道，期盼將在地漁村文化結合海洋教育一同推廣。	漁村體驗 DIY
5	基隆山海文化觀光協會	張玉秀	基隆觀光導覽	發展休閒遊樂海上娛樂	海上導覽

編號	單位名稱	姓名	請問您目前投入的產業及工作內容為何？	請問您對望海巷海灣一帶的未來想像為何？	未來想投入從事基隆望海巷海灣廊帶何種產業?
6	基隆山海文化觀光協會	謝瑞華	觀光導覽	開發觀光有成	海上導覽
7	基隆市八斗子產業觀光促進會	藍麗齡	社區導覽體驗活動，規畫套裝旅遊行程	未來希望一片美好	海上導覽，漁村體驗 DIY，漁村風味餐
8	傳晞國際數位公關	祝灝軒	媒體行銷	休閒娛樂	潛水產業，獨木舟產業，海上導覽，自行車，民宿，漁村風味餐
9	微風 11 號	吳昆達	服務業	心曠神怡 悠然自得	海上導覽，漁獲直售所，漁村體驗 DIY，自行車，民宿，漁村風味餐
10	微風 11 號	吳碧蘭	生態導覽	打開能見度	漁村體驗 DIY
11	微風 11 號	蘇玉蘭	導覽員	休閒渡假村	民宿，漁村風味餐
12	滿記海產	吳素玫	海鮮販售	希望休閒、文化、經濟均能發展	漁獲直售所，漁村風味餐
13	藻樂趣海藻創意美食	楊麗玲	藻樂趣海藻創意美食	希望是遊客來基隆必到的景點	漁村風味餐
14	藻樂趣海藻創意美食	何明珠	餐飲	遊客來基隆必到的景點	漁村風味餐
15	長潭里船長	朱忠義			
16	漁娘船情	林素卿	餐飲		

9. 課後回饋

編號	單位名稱	姓名	此次產業見學營中，參訪內容中何項目可供基隆漁村借鏡發展？哪些漁村適合？	此次產業見學營後，建議市府/社區能夠如何加強地方能量？請舉例。
1	冰點	郭淑媛	漁村文化多樣性活動設計的串聯。	

編號	單位名稱	姓名	此次產業見學營中，參訪內容中何項目可供基隆漁村借鏡發展？哪些漁村適合？	此次產業見學營後，建議市府/社區能夠如何加強地方能量？請舉例。
2	國立海洋科技博物館 展示教育組	鄭妘涵	洄遊吧的經營理念，黑潮的精神，七星柴魚博物館的保持原有文化！其實都可以運用在基隆的漁村，而長潭的漁港及八斗子的咾咕石都很具意義	先了解各社區和地方特色，並能規劃出各特色的遊程，以便宣傳推廣。
3	國立海洋科技博物館 展示教育組	劉秀芬	洄游吧	是否有機會創造固定特色營隊。例如：漁村社區人力結合走入漁村生活(借宿家庭)融入漁家生活!社區與博物館沒有圍牆。
4	基隆山海文化觀光協會	張玉秀	政府單位推動，企業配合創新，社區共識，努力運作行銷。	市政府行銷，社區合作將產業觀光，特色展延。
5	基隆山海文化觀光協會	謝瑞華		固定地方拍賣熟食魚貨，要把地點規範出來。
6	傳睎國際數位公關	祝灝軒		學界知識的導入，協助漁民了解整個環境，以及除了自己專精外的其他思想角度。
7	微風 11 號	吳昆達	傳統產業必須引進新思維，日常的生活也能創造新商機。	多辦幾次!一定有更多人陸續加入。
8	微風 11 號	吳碧蘭	結合在地可利用資源做串聯。	
9	微風 11 號	蘇玉蘭	漁村想發展，漁民還是要有共識，長潭里能嗎？	改善交通、停車問題。
10	藻樂趣海藻創意美食	楊麗玲	食魚教育，適合漁村的體驗利用在地食材入菜，讓遊客用餐時會特別感動，對地方會有特別的記憶點。	
11	長潭里船長	朱忠義	如有可能！政府補助長潭居民，共同組合漁獲產銷合作社，增加漁獲之通路，造就居民之就業機會。	首重溝通開導與居民凝聚共識，創造雙贏。
12	基隆市政府	許又今	基隆嶼重新開放後吸引大量遊客來基隆，若在上午或下午安排其他的漁村導覽行程(加上地方特色風味餐)，應該可以幫助周遭漁村發展(北火發電廠的故事、造船廠、漁民生活紀錄片等)。	看見別人將各種活動串聯在一起成為一種遊程，才明白原來我們也是有許多素材的，但如何相互結合才是更大的挑戰。社區互相合作，大家提出可以做到的事，互相支援與配合，從小的開始慢慢做，做中學可能不要立竿見效，但漁村

編號	單位名稱	姓名	此次產業見學營中，參訪內容中何項目可供基隆漁村借鏡發展？哪些漁村適合？	此次產業見學營後，建議市府/社區能夠如何加強地方能量？請舉例。
				生命力會更堅強，做一個細水長流的產業。
12	基隆市政府	陳韻婷	不同遊程包裝，漁村深度小旅行，設計更多遊玩方案(季節性)，讓體驗經濟可以重複消費，不會來過一次就不來了，另外在地特色文創、食品的製作，產地到餐桌一條龍服務，基隆很有機會發展。	社區要更有凝聚力，互相串聯，大家一起發展，力量就會很驚人，市府可以多辦理見學營、討論、輔導各業者進入場域，每個地方成功的方法不同，但能複製精神，發揚在地之美，達到地方共識。

(二)第二場社區共識營

1. 活動目的

為能推動水域活動產業發展，提升產業轉型創生能量，今年度共識營之據點係以水域活動產業與循環經濟為核心，擇選生態環境場域相似以及目前已成功推動海廢貨幣與無塑教育之地點，進行實地觀摩學習、交流與體驗，參考他人成功經驗，刺激漁村聚落自主改善與轉型。藍圖與需求方案，打造生產、生活、生態三生一體社區產業發展模式。

2. 議題討論

(1) 喚起居民與業者對於海洋永續議題之關注。

(2) 望海巷淨灘與海灣遊憩觀光旅遊結合之模式探討。

(3) 推動循環經濟機制，增加地方產業關係鏈結。

3. 對象與人數

(4) 基隆在地業者為主，各單位原則至多報名 2 人。

(5) 參訪人數 26 人。

4. 辦理期程

(1) 活動名稱：傳統海灣『激盪。蛻變。築夢』之產業見學營

(2) 日期：109 年 6 月 10 日至 6 月 11 日(共 2 日)

(3) 地點：東港琉球嶼

5. 陪同講師

(1) 郭　芙(海湧工作室副執行長)

(2) 張欣怡(咾咕嶼協會秘書長)

(3) 蔡俊吉(咾咕嶼協會理事長)

6. 議程規劃

	時間	行程內容	說明
6月10日第一天	5:50	基隆發車 (遊覽車) 長潭 5:50 八斗子 6:00 港務分公司 6:20	7:00 抵達台北車站東 3 門 ✧ 供應早餐
	07:00-07:15	參與者集合	簽到、發放識別證、活動手冊、車票
	07:31-09:05	高鐵車程	【109 車次】 台北 7:31→左營 9:05
	09:20-10:20	遊覽車車程	左營-東港漁市
	10:20-11:30	東港漁市	東港漁會+漁市喊魚介紹
	12:00-12:30	船程【泰富輪】12:00 東港→小琉球	
	12:30-13:30	午餐-琉球番吃飯(日式料理)	
	13:30-14:10	海湧工作室簡介與低碳景點簡述	
	14:10-16:10	走訪小琉球無塑、低碳島魅力商圈 14:10-14:30 咕咕幣餐具租借體驗 & 品嘗著名海龜燒 14:30-14:50 環保青旅 15:10-15:15 計數飲水機 15:40-15:50 花瓶石賞龜趣 15:55-16:10 參訪遊客中心雨衣琉著用設施	

<table>
<tr><td></td><td></td><td colspan="2">✧ (需配戴口罩方可入遊客中心)
小琉球基本環境介紹<table><tr><td>內容</td><td>備註</td></tr><tr><td>琉球魅力商圈
無塑體驗</td><td>飲水機、借杯子、借碗的設施、品嘗海龜燒以及參訪海灘貨幣淨灘的店家</td></tr><tr><td>走訪島上著名景點花瓶石</td><td>✧ 注意可能有海龜出沒</td></tr></table></td></tr>
<tr><td></td><td>16:20-17:30</td><td colspan="2">16:10-16:20 搭乘遊覽車
16:20-16:40 觀賞玩壁龜照
16:50-17:20 漁埕尾潮間帶觀察體驗(步行在沙灘上)
✧ 除了看生物之外，解說員將說明新式的潮間帶管制方式。
✧ 當日最低潮為 18:30，可自行攜帶手電筒、防水相機。
✧ 不提供膠鞋，但可在沙灘上觀看解說員導覽，若想下水，請自行穿涼鞋。</td></tr>
<tr><td></td><td>17:50-19:00</td><td>晚餐-琉夏菜</td><td>18:00-18:40
海洋志工隊分享
18:40-19:00
QA 時間</td></tr>
<tr><td></td><td>19:00-19:40</td><td>交流小聚</td><td>中衛時間</td></tr>
<tr><td></td><td>19:40-20:10</td><td>漁村導覽</td><td>白沙港</td></tr>
<tr><td></td><td>20:10-</td><td>民宿 check in</td><td>20:10-20:20 散步回民宿
自由交流</td></tr>
</table>

	時　　間	行　　程　　內　　容	說明
6月11日第二天	07:30-09:00	晨喚/早餐	08:00-09:00 民宿用餐
	09:00-09:30	徒步前往探索拉美 乘船體驗準備	
	09:30-12:00	琉球漫遊～ 水域遊憩營運模式分享 水域遊憩體驗 (半潛艇+SUP＋浮潛)	※視天候狀況 6/11 11:06 滿潮
	12:00-13:00	午餐-杉吉商行	王爺廟
	13:00-14:00	13:00-13:30 杉吉商行分享 13:30-14:00 綜合討論	
	14:00-15:00	咾咕嶼的清洗站	
	15:00-16:00	小琉球著名風景區導覽 美人洞與烏鬼洞	麻花捲裝裝樂
	16:00-16:30	乘船準備	
	16:30-18:30	【船程】琉球→東港 【車程】東港→左營	船程【泰富輪】16:30 小琉球→東港
	18:55-20:29	高鐵車程	【高鐵車次148】 左營 18:55→台北 20:29
	20:29-	搭乘遊覽車回基隆	

註：參訪店家或行程順序將依連繫、天候等狀況，保留彈性調整

7. 課後回饋

編號	單位名稱	姓名	就您觀察，**在地產業間的串連合作效益、青年回鄉魅力**，哪些可作為基隆漁村推動參考？	此次產業見學營中，參訪內容中何項目可供基隆漁村借鏡發展？哪些漁村適合?
1	八斗子產業觀光促進會	藍麗齡	人潮→錢潮→青年返鄉，八斗子等待人潮出現	海上的水域、水域的遊憩(半潛艇＋sup＋浮潛)可借鏡
2	八斗子產業觀光促進會	楊藍秀蘭		小卷可以作為在地名產，石花洞是自然食品，也可
3	八斗子社區發展協會	陳良輔	在以基隆市政府的(重視)為出發點，結合海科館，區漁會的參與，民間個小商店串連，大家都有(現實利益)方可成就區域性的發展	
4	八斗子社區發展協會	魏少芬		
5	山水樣	蘇文賢	民宿吧！漁村這我覺得住的太少，如果想推活動這些民宿也許可以成為基地	東港漁會的產銷班也許不錯，初期可能會要有外力介入，如政府訂一套新席時間與抓捕數量，但穩定之後於原枯竭的問題也許可以改善，另外小型的直銷也許可以吸引遊客前來
6	山水樣	廖之宜		
7	心干寶貝	杜淑姿	青年返鄉、餐飲、時速、伴手禮、導覽等觀光產業相關都很適合年輕人一起投入	漁村周遭陸地及海洋垃圾的清理，可定固定的時間和頻率讓有心參與者空出時間，共同維護美好的家園環境
8	阿里棒棒有限公司	王小芳	年青人回鄉最重要的事先了解家鄉特色是什麼，由他們來說“故事”也比較會感動人，早期漁村……到現在的差異化	海廢貨幣、環保餐具租借、雨衣琉著用、浮潛、潮間帶體驗、獨木舟
9	阿里棒棒有限公司	許心硯	互信合作友善的商家關係，接納和配合度都很高(基隆的漁村很排外)，你出共同的目標，凝聚地方力量化解派系	小琉球的熱情分為，乾淨無異味，又可下水遊玩的港
10	長潭里居民	朱忠義	終究錢不獨賺，利不獨得，肯定要串連合作，各司其職發揮專長，遊客進來就是要看吃、買、住、外帶	長潭漁村就很適合了，俗話說：會想就自己想，不會想就看人樣，沒慧根也要學會跟

編號	單位名稱	姓名	就您觀察，**在地產業間的串連合作效益、青年回鄉魅力**，哪些可作為基隆漁村推動參考？	此次產業見學營中，參訪內容中何項目可供基隆漁村借鏡發展？哪些漁村適合?
11	長潭里	朱哲昌		
12	長潭里居民	簡春英		漁港導覽、潮間帶的海洋生物及步道的走訪，漁村、漁船的設施，像上架所，在地產季魚風味餐
13	基隆市政府	潘祖德	民宿、觀光、環保議題活動	東港櫻花蝦產銷班制度、海灘貨幣→八斗子至正濱漁港(和平島)
14	國立海洋科技博物館	黎慶陽	我覺得如果漁村經濟起來的話，可以更加吸引青年回鄉	我覺得是在環保減塑這一塊很直得我們去學習，我想八斗子漁村可以試試
15	魚娘船情	林素卿	我有閒置空間可分享，6 月下旬－有一群海大的學生要進入長談經營獨木舟，第二個計畫他們要做食魚文化，跟我依樣的規劃	漁村要有共識
16	漁品軒有限公司	許琍庭	政府宣導並實際輔助返鄉青年創業，若只侷限青年創業範圍及小，也許鼓勵在地婦女二度就業，也是一種幫助，促進就業率，商家多才有商機，協助老屋整修輔助，減少建置成本	和平島至象鼻岩串連，範圍先圈出來在規劃行程，水域這一個沿岸好利用，也不太遠，商圈又集中，規劃導覽地圖也很接地氣、在地化，配合 gogoro 設置機車租借點，空汙減少，外車流量也減少，解決一部分交通問題，APP：每次使用環保餐具可累積 gogoro 電量值，可免里程
17	藍海工作坊	趙金桃 林炳煌	共同選出串連合作，創造經濟價值讓青年回鄉更積極，有利可途。	產業合作創造利潤除了本業一有空閒及投入志工行列
18	石花菜業者	林簡美珍		
19	長潭里居民/小船	陳國年		
20	長潭里居民/小船	蔡月琴	海上休憩活動	海邊：利用資源回收物，如塑膠瓶蓋及船上使用浮桶來製作造型或做牆面的改變

編號	單位名稱	姓名	此次產業見學營後，您想要為基隆漁村改變些甚麼或投入那些產業營運？	此次產業見學營後，您想要建議市府/社區能夠如何加強地方能量？
1	八斗子產業觀光促進會	藍麗齡		
2	八斗子產業觀光促進會	楊藍秀蘭	外地旅客進入，八斗子及長潭里沒有一家在地特色的餐廳	
3	八斗子社區發展協會	陳良輔	本身也是水產業的一份子(飛魚卵香腸－博勝行)	小琉球是封閉式島嶼，然大八斗地是一區域性，且交通是個面向都有，若只著眼長潭、望海巷是無法擴展的，應從北寧路(海大)至新北交界唯一廊帶思考，結合產官學一同參與方能永續的帶動地區的長久發展。
4	八斗子社區發展協會	魏少芬		
5	山水樣	蘇文賢	還是先以本業為主，但是環境上會再投入一些心力	交通吧！八斗子只要假日多數都會塞車，多數是過路的，看有沒有機會改善，另外自行車捷正在建設，但沒有腳踏車有可能加入 Ubike 的服務嗎？
6	心干寶貝	杜淑姿	減塑、環保的推廣	提供補水地點，一次性雨衣回收、借用(多雨的基隆提供給遊客便利性及環保訴求)，便利性及環保訴求
7	阿里棒棒有限公司	王小芳	自 2088 市府站→海科及 1579 線快捷公車，台北往來海科廊帶交通便利，礙於一般人搭乘交通工具，擬提供電動自行車租借服務，在中正區做點到點的串連讓遊客可以小鎮漫遊輕旅行	個人覺得長潭社區，低一排已有店家，但好像都沒有參與這次活動，“社區”要帶動地方發展，除非有人領導，否則會像散沙，無法有效地執行
8	長潭里居民	朱忠義	長潭漁村停車腹地太少，遊客進來找不到停車位，掉頭就走，欠缺民宿，無法留住遊客，形同走馬看花，現想投入民宿評估中	長潭漁村預朝觀光路線，勢必增加停車腹地，若能將長潭漁港南邊碼頭加蓋，可增加停車位，此來或許可暫緩停車問題，更何況每年元旦升旗典禮都在潮境公園舉辦
9	長潭里	朱哲昌	屏東有三寶，我們基隆也有三寶(小卷、赤鯊、盤仔魚)石花菜，希望市府漁會來推廣	小琉球的轉型成功市政府、業者、居民共同努力的成果，這是一個互利的時代，或許可成

編號	單位名稱	姓名	此次產業見學營後，您想要為基隆漁村改變些甚麼或投入那些產業營運？	此次產業見學營後，您想要建議市府/社區能夠如何加強地方能量？
				立股份公司讓居民也能參與
10	長潭里居民	簡春英	能找一群不同的行業，共同合作來做成為合作夥伴，能做到友善的環境及觀光旅遊的好地方	在地漁貨的認證，以訂量制價，能顧慮到漁民的生計及海洋資源
11	長潭里居民	蘇玉蘭	沒有	招募志工長潭有志青年
12	基隆市政府	潘祖德	海洋保育議題永不停歇，也許未能在短時間馬上恢復以前物產豐饒，卻能影響人心不知不覺改變許多事情，不知不覺慢慢改變一座島嶼的習慣所造成的富有不是口袋而是靈魂	手邊一丁點的小事，換個方式說話，就能變成激勵人的話語，ex:飲水機上的數字，小小一個動作卻帶給觀光客無限想像
13	國立海洋科技博物館	黎慶陽	最想投入的就是環保減塑的觀念	我覺得社區要共同團結，才能夠把環保推動，當然，海科館也希望能夠做到讓人可以進來裝水
14	魚娘船情	林素卿	吃喝玩樂，單一窗口資源共享	大環境的整理髒亂
15	漁品軒有限公司	許琍庭	鼓勵搭乘交通工具，可推廣海域生態保護，一人一代運動，帶走垃圾換環保餐具，以重量累計	協助和平島老街重建輔助，發展老街市集徒步區
16	藍海工作坊	趙金桃 林炳煌	基隆八斗子地區是一個漁村，發展效益很大，不曾輸給小琉球，產業營運應整體性方針，先列出一個範圍計畫或先訂出在地文化之特徵，在行動推廣	基隆／八斗子其實比小琉球不受地理環境區域卻有過勝，海域之美觀、養護、生態，海底很漂亮，漁業種類，海底生態養護卻非常成功，李民間有潛水、浮潛、海上旅遊業也比小琉球勝出。吃的方面，海鮮的製作，餐廳也都成熟美味，旅館民宿也很壯觀，但價格往往是主要之發展條件，如何創造物美價廉吸引顧客錢潮是往後共同之理念與參與，訂定主題以在地人的精緻產業發展，但前提是要有廠家有生意永續經營概念。小小建議，八斗蕧有一個政府立案之海科館，館內

編號	單位名稱	姓名	此次產業見學營後，您想要為基隆漁村改變些甚麼或投入那些產業營運？	此次產業見學營後，您想要建議市府/社區能夠如何加強地方能量？
				有充實教材、有住的地方，如何結合不謂是一個比較簡單的方展要素，接下來規劃如小琉球的各項產業發展要素，延續推展，謝謝主辦單位基隆市政府在在蔡科長領銜下一定可創造出美麗城市，讓在地文化人民更有福祉，享福

(三)關鍵策略綜整

關鍵策略	花蓮 推動情形	小琉球 推動情形	望海巷 推動策略方向
漁獲地產地銷	以地產地銷的理念為核心，積極推展農民直銷站，減少減少農產品的產地價格和終端消費之間的流通成本，並縮短食物交流里程，提高農民收入。	以地產地銷食物哩程的概念，為漁民創造出除了捕魚、賣魚之外的經濟價值，並且可以更有效的善用魚貨資源，讓遊客品嘗到新鮮美味的料理。	以直售所、宅配的通路，打造全新的對接管道，在成為消費者、生產者、遊客重要的資訊頻與交流平台的同時，亦可讓民眾在第一首就獲取新鮮的魚貨。
遊客總量管制		為了要維護潮間帶與海洋的生態環境，使小琉球觀光資源能永續發展，因此建立遊客總量與時段管制計畫，以有效管制遊憩活動，並得以適度分流遊客。	為了配合海灣周遭潮間帶的復育，將擬定、實施人流及區域的管制辦法，建立機制來制約民眾、遊客，將生態的破壞盡可能地降低。
綠色運具	積極發展綠色交通網絡、推廣低碳排放的交通接駁及低碳旅遊路線，在觀光景點較密集或觀光客較多的區域，建立連結各著名景點的公共運輸路網。	電動(自行車)車租借： 為了要響應低碳環保的旅遊方式，因此推行電動(自行車)車代替傳統燃油車，以利降低廢氣的污染。 環島接駁公車： 為了要響應低碳環保的旅遊方式，因此推行環島接駁公車，沿途停靠21站景點，並且也有設立支線搭乘，讓遊客可以減少選擇汽機車的搭乘。	強化發展綠色交通旅遊，在區域性的交通方面，增加大眾運輸的使用率與便利性，減少小客車的使用率；計畫區內的交通方面，建置完整的人本環境，提供便捷的巴士系統，評估觀光小巴的營運可行性，並提供(電動車)自行車租借系統。

海廢循環經濟		透過參與淨灘活動的方式獲取海灘貨幣並且可以至合作商家消費，在維護環境的同時亦可促進消費。	讓民眾參與淨灘的方式收集海廢貨幣，換取商家所提供商品與服務之折扣(抵用)，可以藉此正向促進消費者與商家的互利共享經濟模式。
深耕在地漁村體驗	七星潭村最有名的就是早期捕魚方式「牽罟」，為找回社區傳統漁村文化與重視海洋生態，洄遊吧 Fish Bar 規劃一系列「洄遊潮體驗」以及食魚教育等活對推動特色漁村體驗。		以導覽解說、體驗、食魚教育等方式作為推行漁村體驗的主要核心。
漁村聚落加值	專業漁船餐廳合作，烹煮以新鮮、健康、限量為主的特色料理。並透過餐廳在網路創立平臺的方法，分享海鮮的知識與提供新鮮的食材、料理方式。		與在地餐廳進行合作，供應新鮮漁貨，以利餐廳推行特色料理，並且與餐廳合作開立於於產品直販所以及設立熟食體驗區供遊客品嚐。
推動地方之限定服務		琉行杯： 為減少寶特瓶、塑膠杯的使用，推行琉行杯租借(無須付費)，增加遊客使用意願。	定點租借環保餐具、杯具供遊客使用，減少一次性餐具、杯具的使用。
		環保餐具： 為降低一次性餐具造成的污染，因此提倡透過咕咕幣(需付費)租借餐具，減少素的使用。	
		計數飲水機： 在島嶼定點設置 9 處 10 台飲水機，利用手機掃描小琉球島上飲水地圖 QR Code，可以獲取相關資訊，飲水機上均設置減少寶特瓶使用量計	在望海巷海灣周圍設置公共飲水機，搭配環保杯具的租借，減少購買礦泉水達成減速的效果。

		數器，民眾在裝水的當下，可以知道節省了多少寶特瓶，體會喝水不只是做好體內環保。	

A. **傳統漁村不傳統 聽在地囡仔說故事**

(A) 活動議程

時間	議程	主持人/負責人
11:30-12:00	報到	
12:00-12:10	開場與致詞	財團法人中衛發展中心
12:10-12:40	**【在地漁村媽媽說菜】** 透過說菜能夠讓消費者更加了解食材的特性、來源及故事。	講師：里長與漁村媽媽群
12:40-13:40	**【探勘社區導覽動線】** 盤點社區現有資源，如：生態地景、產業型態、人文歷史等、小旅行體驗活動。 小旅行體驗路線：咕咾石厝→潮間帶穿草鞋體驗	**主持人:** 臺灣休閒漁業發展協會何立德秘書長 **講師：**吳昆達船長
13:40-14:40	**【漁村 DIY 體驗】** 手工漁網編織杯袋，讓參與者藉由動手體驗的方式了解在地漁民風情。	**講師：** 海格創藝有限公司 王詩茹
14:40-15:00	**【參與者回饋】** 藉由焦點討論，漁村體驗，創建漁村導覽等相關素材，鏈結地方不同微型產業。	財團法人中衛發展中心
15:00	賦歸	

(B) 回饋分析：

本次調查依照量化調查結果、開放性問答與工作坊交流時間之回饋結果進行綜合分析，以課題方式呈現並研擬可行性對策，據以作為區域產業推動規劃與下次工作坊辦法滾動式修正之參考。

序號	回饋課題	建議對策
1	**潮間帶之導覽可再深入，且容易受午後陣雨影響**	民眾若對於海洋潮間帶導覽有興趣，未來可安排更深入的導覽解說，如邀請具備生態導覽經驗豐富之山海協會或海洋大學教授及講師，本次活動辦理考量參與民眾年齡層有大有小，故採用大眾較能接受的方式導覽漁村文化，並提供民眾 DIY 手作體驗。

序號	回饋課題	建議對策
		另基隆常有午後雷陣雨影響民眾興致，建議可將潮間帶時間點提早至上午避開午後陣雨潮，並請參與者隨身攜帶雨具輕便雨衣以備不時之需
2	**用餐時間不長，吃飯較為急促**	此次工作坊為試行，為搭配講師時間，故從中午開始，經與漁村媽媽討論與實際試行後，下次活動舉辦建議將漁村導覽、DIY 體驗排為上午，導覽完後由漁村媽媽提供簡便式餐食供民眾止飢，一來能夠有足夠時間用餐，二來也能節省人力成本和順暢的服務流程
3	**行前通知宜增加社區指引地圖**	因長潭里地點偏僻，民眾不易找尋，當地居民年紀偏大對外接觸少，對於觀光客之提問較為反感，未來建議增加明確指引簡圖，推廣友善觀光
4	**週邊漁村已發展完善且具競爭優勢，需發展長潭地方限定**	週邊貢寮與深澳漁村都已有特色遊程，長潭漁港地方小且漁村小旅行同質性高，未來將會研擬多元化之活動項目，並強化區域生態保育之特色，發展長潭地方限定之品牌
5	**宜蘭休閒農業組織遠道而來取經，希望可作為社區發展小旅行模式之參考瞭解**	未來可多邀請其他地方組織或產業代表相互交流觀摩指教，增進不同產業串連合作的可能性
6	**親子族群宜特別著重生態導覽解說之重要性**	本次規劃之小旅行獲得外縣市親子族群支持並贊同海洋生態教育推廣之理念，讓孩子除了認識漁村文化也了解到潮間帶生物的多樣性，未來可加強地區導覽解說內涵，研擬設計專屬於親子族群的深度小旅行

B. **跟斜槓漁夫同遊生態海上觀光**

(A) 活動議程

時間	議程	主持人/負責人
12:30-13:00	報到	
13:00-13:10	開場與致詞	基隆市政府、中衛發展中心
13:10-14:10	**【漁村 DIY 體驗小卷干製作與試吃】** 讓參與者藉由動手體驗的方式	講師：吳昆達船長

時間	議程	主持人/負責人
	了解在地漁民風情。	
14:20-15:50	**【與斜槓漁夫出海 海上觀漁村與生態導覽】** 探訪海上生態資源，遠觀漁村感受漁夫情、漁夫苦與豐收回岸之喜悅，形塑友善生態旅遊環境，用不同的方式貼近長潭漁村。	講師：吳昆達船長
16:00-16:20	**【漁村暢飲】** 船長限定石花咖啡凍	講師：吳昆達船長
16:20-17:00	**【參與者回饋】** 藉由焦點討論，漁村體驗，創建海上導覽等相關素材，鏈結地方不同微型產業。	主持人：中衛發展中心
17:00~	賦歸	

(B) 回饋分析

序號	回饋課題	建議對策
1	陸域設施面	● 停車空間不足以應付假日遊客潮，交通運輸工具與交通動線需加強與明朗化，包含海科館聯結到漁村的交通動線。(沐旅時光、yahoo 記者、王雪美、袁斌)。 ● 公共廁所設置不足與廁所位置不清楚(山海文化觀光協會、八斗邀友善餐廳、王雪美)。 ● 漁村硬體設施方面需加強，推廣漁村友善化(沐旅時光)。 ● 可推行臺北直達車，KKday 可搭載這項服務(KKday)。
2	導覽解說面	● 黑皮船長在海上解說方面已很全面，較需精進陸上導覽解說的流暢度，解說素材則可納入去過去漁村生活與融入海域故事，將內容有趣化，使導覽解說更豐富(沐旅時光)。 ● 若船長同時操作海上與陸上導覽解說，負擔可能過重，旅程時段可能要有區分，各活動上線後，應考量業者行程及承受度是否足夠，亦可考量由漁村媽媽接手(雞籠卡米諾)。 ● 後來加碼之潮間帶解說也需加強，讓旅客不僅

序號	回饋課題	建議對策
		僅只是拍照，亦可充份感受當地富足之生態資源(Jamie 慢森活)。 ● 漁村一直以來之特色即為不打擾是我們的溫柔，需持續進行漁村產業擾動，增加社區參與率(八斗邀)。
3	遊程設計面	● 遊程時間訂於下午 1 點至 5 點，接進午餐與晚餐時間，再加上潮境公園內用餐選擇也不多，應可安排漁村媽媽風味餐讓旅客充分感受漁村風情 (沐旅時光、yahoo 記者)。海上行程亦可再評估時段，避免遊客過於曝曬。 ● 遊程規劃上，雖表現出漁村特性但內容有些單薄，整合與多樣性不足，可整合浮潛、夜釣與潮間帶體驗活動，或加入單車旅遊、串聯深澳鐵軌自行車道、瑞芳與外木山的自然及人文景觀; 若目標族群為親子，也可加入漁村放風箏、漁村扒手網體驗與海洋野餐活動，以貼近當地生活與特產元素為改善方向(女巫、探索星球、袁斌、山海文化觀光協會)。 ● 小卷 DIY 與石花咖啡凍飲內容可更深入與精緻化，提高與民眾的互動性，DIY 包裝可增加設計感與地方特色性，小卷 DIY 操作流程有些混亂，主持人、操作人與流程可再明確(八斗邀、雞籠卡米諾)。 ● 創意特調石花凍飲可改至船上飲用，會更貼近主題與感受漁夫在海上的生活(yahoo 記者、探索星球)。 ● 目標客群需清楚，依遊客對象、不同年齡層與顧客需求調整遊程配套方案，沐旅時光認為海上遊程時間過短，豐富度可加強，如遊船時間過短，加上夜釣或是 BBQ 可增加吸引度;女巫則認為海上行程過長，應搭配其他體驗活動增強多樣性。(雞籠卡米諾、八斗邀)。 ● 若目標族群為年輕網美族，遊程內容可更與眾不同並增加船上的停留時間(象皮岩、酋長岩)，供網美族拍的盡興(凱俐姊弟)。 ● 遊程接近尾聲，可加入伴手禮選購，供遊客帶回地方限定品(王雪美)。 ● 若遊程正式上線，可設計多國語言版本吸引國

序號	回饋課題	建議對策
		際客(KKday)。

C. **社區人才培訓工作坊(一)~(四)**

因當地人口老化，勞動力不足，經過兩次地方小旅行試行，發現當地缺乏領頭羊業者且居民普遍不擅長從事觀光導覽業，未來若觀光客湧進，當地服務能量不足以為地方帶來商機，因此接續設計4場主題培力課程，由講師帶領學員深入場域實作，走入社區在地實踐，讓學員瞭解地域發展和當地文化、產業內容和特色，據以加強漁村生態導覽之促動元素與解說技巧，並藉由實作教學，激發學員思考可以對外行銷的不同漁村體驗項目與內容。

課程現場則依據學員之學習狀況，直接且快速調整其施作方方式與內容，從不斷的修正中找出示範性標竿與後續行動方案參考，媒合與交棒給在地居民與組織，作為發展在地遊程品牌所需之人員養成以及未來區域產業規畫方案參酌。

(A) 活動議程

日期	課程	課程大綱	講師
10/21 09:30 至 12:30	說故事的人～ 漁村導覽解說培訓	09:30-09:40 開場致詞 09:40-10:10 生態導覽解說實務技巧 10:10-12:00 實地踏查與解說訓練 12:00-12:30 蒐集學員的體驗心得與案例分享	基隆市八斗子產業觀光促進會 馬玉明老師
10/21 14:00 至 17:00	直售所漁貨初級加工和包裝	14:00-14:10 開場致詞 14:10-15:00 直售所成功案例分享 15:00-16:30 體驗實作 (漁貨清理、初級包裝) 熟食體驗	食考房 張正忠廚師 魚樂天地 何立德老師
11/01 09:00- 12:00	漁村風味餐創意料理開發 (秋冬當季當地魚貨料理)	09:00-09:10 開場致詞 09:10-10:00 漁村秋冬特色食材簡介 漁村秋冬特色料理示範	培德工家 雷國俊主任

		10:00-11:30 學員實作演練 11:30-12:00 交流與回饋	
11/01 14:00- 17:00	DIY 體驗教學 (油漬小卷，彩色石花凍)	14:00-14:10 開場致詞 14:10-15:30 油漬小卷體驗 15:30-17:00 彩色石花凍體驗 16:30-16:50 蒐集體驗心得	油漬小卷 八斗邀友善餐廳 戴秀真 彩色石花凍 女巫背包客體驗館 張苑庭