

計畫名稱：

「花蓮縣智慧 e 部落計畫」

(一) 計畫緣起

根據行政院 106 年 12 月宣示三大施政主軸，於「均衡台灣」方面，根據地方特色，發展地方產業，讓人口回流，青年返鄉，積極推動「地方創生」政策。

「花蓮縣智慧部落計畫」以「打造數位部落、領航部落未來」為目標，並落實原住民族數位關懷，縮減數位落差、創造公平數位機會，希冀藉由本專案建構以智慧生活為發展軸心之「智慧部落」，結合物聯網及數位化工具，促進原鄉部落文化、觀光、公益、旅遊及農特產等特色發展，並結合民間資源作為部落數位教育學習、健康照護、文創體驗及智慧產業商務推動等多元功能場域，改善部落經濟狀況與減少城鄉差距帶來的社會資源問題，進而高度提升資源使用率與部落生活品質。

(二) 計畫目標

本計畫至少需由 4 個原民部落，可為曾執行過的重點部落、永續部落、活力部落或原住民族經濟產業發展計畫示範區之部落，且與花東基金第二期計畫-「縮短城鄉數位落差部落公共網路服務計畫」(「愛部落 i-Tribe」)結合，利用無線寬頻基礎環境，結合並運用行動服務的策略，透過部落群聚的合作發展，整合鄰近部落資源，奠定發展共享經濟的基礎。

建置智慧部落行動生活中心(以下簡稱行動生活中心)的軟硬體規劃及建置，並培育智慧部落之駐點人員學習管理與營運行動生活中心，進行群聚部落的生活智慧紀錄、健康生活促進、文化體驗及產業電子商務工作的推動。

並培植原鄉地區在地民眾運用數位工具的能力，提升學習與生活品質，推動終身學習，紀錄原鄉地區的部落生活智慧，利用數位工具累積豐富的文化內容，結合物聯網進行部落發展。讓數位應用促進當地的發展，推廣部落與宣導縮減城鄉數位落差之相關工作，原鄉部落達到「提升數位应用能力，豐富數位生活應用」的願景，促進部落特色發展，提升部落生活品質。

107年度花蓮縣縮短城鄉數位落差部落公共網路服務勞務採購案

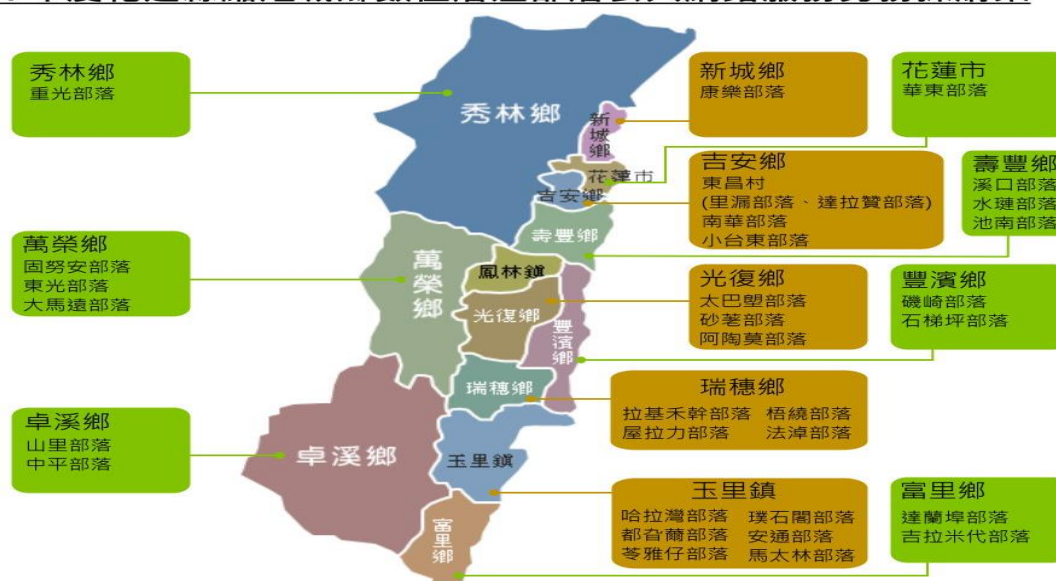


圖 5-3-1 綱要計畫 3.1 107 年度花蓮縣縮短城鄉數位落差部落公共網路服務勞務採購案



圖 5-3-2 綱要計畫 3.1 智慧部落行動生活中心架構圖

1. 績效指標

表 5-3-1 綱要計畫 3.1 績效指標(不含中央自辦計畫)

| 績效指標 | 衡量標準 | 現況值 | 112 年目標值 | 長期目標值 |
|-----------|------|-------|----------|-------------|
| 觀光旅遊人次(+) | 人 | 1,823 | +5,376 | +500,000 以上 |
| 青年返鄉(+) | 人 | 10 | +10 | +100 以上 |
| 新增就業人數(+) | 人 | 362 | +20 | +200 以上 |
| 部落品牌行銷(+) | 間 | +0 | +10 | +20 以上 |

2. 工作指標

- (1)建置 4 處智慧部落，並繪製部落地圖。
- (2)建置 4 處智慧部落，並繪製部落地圖。
- (3)建置行動生活中心數位學習。
- (4)輔導部落行銷。

(三) 執行策略及方法

1. 中央目的事業主管機關：原住民族委員會。
2. 主辦機關：花蓮縣政府原住民行政處。
3. 協辦機關：花蓮縣政府原住民行政處、觀光處、各鄉鎮市公所。
4. 執行方式：自辦及委託民間團體。
5. 主要工作項目：
 - (1)成立智慧部落專案中心智慧，規劃部落數位科技應用與系統服務：進行智慧部落示範點之規劃與遴選 4 處「智慧部落」，與專案期限內完成各項委託工作項目、統籌及督導「智慧部落」服務與營運標準，且協助建立智慧部落平台。
 - (2)建置 4 個智慧部落：進行群聚部落的生活智慧紀錄、健康生活促進、文化體驗與產業電子商務工作的推動。
 - (3)智慧文化角的設置與推動：於智慧部落內設置 24 個智慧文化角（包括商家、工作坊、展覽館、農場、餐廳、市集等）作為部落科技應用學習、健康生活促進、文創觀光及智慧產業商務推動為目標，提出相關規劃與設計構想，進行部落特色店家網路行銷輔導、特色商品包裝設計畫獲改善、規劃文化體驗活動、學習電子商務平台運作等行銷活動，達成地方特色的共享經濟模式。
 - (4)輔導部落行銷：廠商須針對智慧部落行動生活中心之營運與發法方向進行部落推廣宣導活動及部落行銷輔導：
 - ①推廣宣導活動：
 - A. 舉辦智慧部落啟動儀式共計 4 場。
 - B. 踩線團活動 4 場次：規劃每處智慧部落各辦理 1 場踩線團活動，活動行程內容須結合觀光、休閒、生態、原鄉文化及美食等多總主題元素，配合在地特色，強化本專案媒體露出，達到推廣效益。
 - ②部落行銷輔導：利用整合行銷策略，以跨部會機關單位或異業結盟方式，擴大辦理效益，加強行銷效果。
 - A. 部落特色店家網路品牌行銷主視覺設計至少 10 家。
 - B. 特色產品包裝設計(含製作樣板)，至少 4 件。
 - C. 輔導部落特色產品：網路行銷至少 4 件。
 - D. 專案成果影片製作：以「智慧部落」結合數位應用、縮減

數位落差之活動成果為主題，並上傳智慧部落相關粉絲專頁(Facebook 及 Instagram)及公開線上影音平臺，並配合智慧部落啟用儀式成果宣導。

(5)建置行動生活中心：

- ①至少完成 24 處部落之文化照片(360 度街景、空拍照片及 3D 商品物件)及影片。
- ②提供智慧部落導覽與諮詢服務，以智慧文化角為單位，進行在地特色等介紹。
- ③設備建置與保固。
- ④訊息推播系統建置。

(6)提升部落健康照護：結合文化健康站建立被量測者親屬遠距關懷機制，已供家人了解並查詢部落長輩健康狀況。

(7)維運與管理智慧部落平台：負責 Facebook 及 Instagram 等其他數位服務，以智慧部落平台之數位資訊服務來推動部落文化特色，透過資訊科技將部落的文化特色傳達至外界，整合部落相關資源，創造部落新生活。

(四) 期程與經費需求

1. 計畫期程：109 年至 112 年。
2. 經費需求及財源：

表 5-3-2 綱要計畫 3.1 財務評估結果表 (百萬元)

| | |
|------------|---------|
| 折現率 | 3% |
| 自償率(SLR) | 0% |
| 內部報酬率(IRR) | 小於必要報酬率 |
| 淨現值(NPV) | - |
| 回收年期(PB) | 無法回收 |

表 5-3-3 綱要計畫 3.1 經費需求及財源表 (百萬元)

| 經費來源 | | 各年度經費需求 (百萬元) | | | | | | 109-112 合計 | 總計 | 土地 款 | 備註 |
|-------------|------|---------------|------|------|------|------|------------|---------------|------|---------|----|
| | | 108年 以前 | 109年 | 110年 | 111年 | 112年 | 113年 以後 | | | | |
| 非 自 償 | 中央預算 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | |
| | 地方預算 | 0 | 1.3 | 1.3 | 1.3 | 1.3 | 0 | 5.2 | 5.2 | 0 | |
| | 花東基金 | 0 | 11.7 | 11.7 | 11.7 | 11.7 | 0 | 46.8 | 46.8 | 0 | |
| | 其他 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| 自 償 | 民間投資 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | 其他 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| 合計 | | 0 | 13 | 13 | 13 | 13 | 0 | 52 | 52 | 0 | |

(五) 預期效益

1. 可量化效益

- (1)增加觀光旅遊人次：規劃踩線活動，增加媒體及網路曝光度，長年預計帶來 50 萬人。
- (2)青年返鄉：促進原鄉部落特色發展，讓在外游子返鄉，預計返鄉游子人數達 100 人。
- (3)增加就業人數：藉由計畫，創造部落在地就業人數達 200 人。
- (4)部落行銷輔導：特色店家品牌行銷 10 處，增加觀光效益。
- (5)各智慧部落至少 6 個智慧文化角，以部落相關歷史遺跡、文化創作、農業、工藝生產、店家資訊及部落特色為目標地點，輔導部落行銷。

1. 不可量化效益

- (1)以智慧醫療、部落觀光、資訊教育及圖書資訊等適地性行動服務，並結合各界資源永續經營。
- (2)推動民眾善用社交媒體加強與外界溝通互動、行銷與創造偏鄉數位機會。