

## 松菸文創保存爭議

<https://buzzorange.com/citiorange/2016/12/29/songs-hanculturalpark-problem/>

台北「文創園區」的發展，在這幾年都碰觸挫折。上一篇文章中我們談論了華山文創園區 ROT 案在商業與文化推廣之間的兩難，以及華山文創旗艦中心 BOT 案的失敗收場，這篇文章則要繼續談另一個備受矚目也更受到爭議的松菸園區 ROT 案。

這座位於台北市信義區，建於 1937 年的建物區，最早是日治時期隸屬在總督府下的菸草工廠。國民黨來台接收日治移交的公共資產後，改隸屬於臺灣省政府下，仍生產菸草，一直到 1998 年停止生產後才歸台北市政府管轄，被指定為第 99 處市定古蹟，並在 2010 年正式轉型定名為「松山文創園區」。

不像華山經歷過很長的荒廢期，松菸工廠建築群長達 60 年的時間都在崗位上運作，毫無疑問是台灣自製菸草產業最重要的歷史遺產。然而，這塊佔地面積約 18 公頃的產業歷史聚落，在 1998 年結束營運後，和本地巨型財團的關係可說是斬不斷、理又亂。

多虧了那顆大巨蛋，松菸文創園區才能活著

許多人對松菸文創園區的前身不陌生，不過較少人知道的是，這座充滿歷史感的古蹟之所以沒有被拆除，其實是托了大巨蛋 BOT 案的福。

1991 年，時任行政院長的郝柏村郝杯杯因看球賽淋到雨，興起了在台北建立一座不用淋雨的世界級大巨蛋賽場的念頭，只是歷任台北市長從黃大洲到陳水扁時代，這顆蛋歷經波折，建址一路從關渡平原滾到中山足球場、南港農業區、市立棒球場，最後才終於在 1995 年選中松山菸廠作為落腳地，當時的菸廠仍處於運作狀態。

而在最初規劃中，松山菸廠 18 公頃基地原本是打算全數作為大巨蛋園區之用，但到了陳水扁擔任總統時，行政院文化建設委員會認為松山菸廠具有歷史意義，應該保留，因此才劃出其中 8 公頃作為文化園區。

由於巨蛋和古蹟相鄰，台北市政府當時特別從國外請來專家研究可行性，確認兩者不會相衝突後，才進行招商作業。而誰得標大家都知道了，就是如今和台北市政府大戰三百回合未果的趙藤雄和他所代表的遠雄集團，獲得 10 公頃的巨蛋興建與營運權利。

而刻意劃畫出來的另外 8 公頃文化園區，其中的台北文創大樓 BOT 案，則是由富邦集團 2009 年成立的「台北文創」得標，比大巨蛋還早落成營運。然而，「台北文創」的營運與大巨蛋在社會引發的爭議一樣，擺脫不了財團是否正當運用公有空間問題、以及 BOT 案最終淪為財團與建商炒作資產價格的幫手等爭議。

### 台北文創大樓爭議 1：賣手機的台哥大，也算文創？

富邦在得標後，台北文創大樓很快就在 2010 年開張營業，當時是國民黨籍郝龍斌第二次連任台北市長，一路相安無事，到了 2015 年，柯文哲勝選接手市府之後，松菸文創大樓的經營管理開始爆出大量爭議，代表富邦集團的台北文創公司在當年 5 月 3 日發布聲明表示，「由於北市府對台北文創的要求超過契約內容，希望終止合約，並建議市府『鑑價』買回文創大樓。」

松菸文創只剩下財團與地方政府彼此為錢叫囂的雜音。

台北文創當時表示，北市府對台北文創的要求期待「超出法律所賦予締約雙方的責任義務」，因此無奈做出終止合約的決定。

而這所謂「超出的責任義務」，主要有兩個層面。第一層面是台北市文化局在 2015 年無預警發函，要求位於文創大樓中的台灣大哥大總部撤出一個樓層、約一千五百坪的用地。

前北市廉政顧問徐崑煌就批評：

一個號稱要支持多元文創的園區，「數位內容產業」竟然可以佔去 57.14% 的面積，讓台灣大哥大相關事業可以進駐這個園區高達 9000 多坪，佔台北文化園區三分之一的面積。北市府當時表示，在和財政部調閱台哥大稅籍資料後發現，其中沒有一項經營和文創有關。而台哥大在大樓內所佔的 3515 坪若加上其他非文創使用的 7625 坪容積，總坪數已超過契約規定的 35% 上限。北市府發文指，只要台哥大沒在期限內搬出文創大樓，一天就要罰 5 萬元。

至於第二個層面，則是權利金問題，也是這個案子最受社會質疑之處：財團是否運用公共空間的地利之便賺取不當利潤？是否在賺取利潤的同時，未平等回饋給社會？

台北文創大樓爭議 2：誠品當二房東每年爽賺 12 億，卻不用繳權利金？

北市府指出，原契約訂定的 13 億被嚴重低估，經北市府送 3 家鑑價公司後，得到 36、37、72 億元的高價，要求應調整

契約。另一方面，台北文創將大樓商場以每坪 1050 元租給誠品集團營運。不料誠品這位二房東過的比大房東還爽，年賺 12 億不僅不用像台北文創一樣繳權利金給市政府，還將每坪 1050 元租來的空間，以每坪上萬元的高價轉租給進駐業者，導致台北文創承受「坑殺文創人」的罵名。

而對於台北市政府的兩項指控，台北文創拿出合約反擊，指出，台灣大哥大是數位內容產業，進駐時也經過台北市政府備查，而數位內容產業在 2010 年的《文化創意產業發展法》清楚寫到，是屬於文創產業。

台北文創表示，當時是因為招商不如預期，為不影響北市府營運權利金收入，台北文創才協調母公司、台哥大集團承租閒置樓層。而台哥大不但要付租金，且位於北市基隆路的企業總部資產還因此閒置。

說得很委屈，但賣手機的台灣大哥大，到底能不能算文創？

很顯然，台北市政府和台北文創有不同解釋。訂定《文創法》

的中央文化部如預期的能不淌這個混水就不淌，把問題踢回給北市府要求「自行作實質認定」。由於雙方僵持不下，台北文創又不願支付每天 5 萬的罰款，大家一度以為文創大樓走到盡頭，誠品後來雖跳出表示願意接手，但卻由於不合法

規而作罷。

這場台北市政府和台北文創間的 BOT 大戰，最後在 2015 年 9 月劃下句點。最終台北文創低頭，表示在與台哥大協調後，後者已答應在租約到期前無條件遷出文創大樓。

而誠品則表示除了繳交給市府原本的營運權利金、文創提撥回饋金外，願意額外支付松菸商場營收的千分之五金額。誠品估算，北市府可因此額外增加約六百萬元的收入。另外台北文創也同意在 BOT 契約架構外，另定超額分潤辦法，未來若超過預估稅後淨利，就會繳交超額部分的 50% 回饋政府。

市場粗估，松菸文創大樓營運權利金，將一口氣調升到新台幣 900 多萬元，但實際金額仍須以每年營運為準。

換句話說，這場誠品、台北市政府、台北文創三方角力戰，最後是皆大歡喜的收場。台北市政府有了面子荷包也滿滿，台北文創和誠品則可以繼續聯手經營文創大樓，相親相愛賺文創財。

但是，北市府除了要求財團在財務報酬上合理回饋公共社會之外，就沒有其他職責了嗎？

皆大歡喜三贏？監院看松菸 BOT：北市府喪失培植文創的初衷。

除了沒有對「硬體」妥善照顧，文化局對松菸的歷史「軟體」維護也是乏善可陳。

立委吳思瑤就批評松菸已經淪為「卡通展」園區，指出由於卡通動漫展票房收入高，檔期天數不斷增加。從 2012 年到去年五月，十大賣座展覽第一名是「哆啦 A 夢誕前一百周年特展」，第二名是「迪士尼 90 周年特展」，第三名為「積木夢工廠」。

吳思瑤認為，以 ROT 方式經營的文創園區已完全變成以獲利為導向。辦卡通展不是壞事，但國外大品牌占地盤，除了造成展覽類別太過單一，也會排擠台灣藝術家。對此文化部長鄭麗君坦承，確實有微調必要，文化部將推出園區檢討平台，確定扶植中小型藝文工作者的目標不要走偏，讓市場支持新銳和新創。

大巨蛋破壞松菸古蹟、文創大樓變百貨，松菸文創園區到底還剩什麼？

比起華山，松菸的 ROT 與 BOT 案無疑是一場災難，大巨蛋破壞古蹟、文創大樓變成潮流百貨，松菸文創園區到底還剩下些什麼？

這個案子暴露 OT 案在台灣的政商環境下，財團與政府若都

未盡其職，可以為這個社會帶來多大的負面影響，短期的財務損失不算，對古蹟的破壞是永遠無法修復的傷害，對社會公共利益造成的損失，絕非帳面上的罰款數字或返還金額可以對等彌補。

從這個經驗來看，2000 年後民進黨政府積極推動促參法與 OT 案，2008 年後國民黨政府繼續大力推動更多財團參與閒置空間的再造，但顯然我們最缺乏的，是一套足以有效管理與監督這些 OT 案運作的制度機制。

另一方面，松菸 OT 案的徹底失敗，也彰顯台灣社會對於「什麼是文創？」台灣社會應該運用公共資源推動的文化產業、文創項目到底如何定義？如何運作？」等問題思考與討論都不足。