

臺北市商業處114年重要業務成果

業務摘要

臺北市商業處主要業務職掌包括「登記服務 - 受理及審核本市公司與商業登記事宜」、「商業管理 - 輔導及管理本市特定目的事業」、「商業發展 - 推廣行銷本市特色產業」、「商業輔導 - 活絡本市商圈發展」等4大項。

114年重要施政成果有「登記e傳送，補正即時通，營業場所全面預審，強化友善登記服務」、「辦理商業訪視、商品標示查察與受理消費爭議第一階段申訴，健全商業及消費環境」、「辦理台北國際美食節、牛肉麵節及台北好時尚等系列活動，行銷本市美食與時尚軟實力」、「整合本市特色商圈主題行銷，推展商圈廊帶串聯，帶動城區整體發展」等。

業務要項及窗口

業務要項	重要計畫或措施	業務窗口
便捷登記服務	登記e傳送，補正即時通	02-27208889/1999轉6525 方專門委員(代理)
	簡化登記作業行政程序	
	營業場所協助查詢服務	
安全商業環境	商業訪視管理	02-27208889/1999轉6551 林科長
	商品標示查察	02-27208889/1999轉6525 方專門委員(代理)
	辦理公司命令解散及商業校正	
	查察強制投保公共意外責任保險業務	
消費爭議申訴案件處理	02-27208889/1999轉6503 蔡科長	
發展特色產業	推廣本市美食產業	02-27208889/1999轉6503 蔡科長
	推廣本市特色產業(時尚產業、友善店家、店家再造)	
營造多元商圈	輔導特色商圈發展	02-27208889/1999轉6475 翁科長
	形塑臺北城市風貌	
	深化商圈廊帶串聯	

臺北市商業發展概況

本處透過「便捷登記服務」、「安全商業環境」、「發展特色產業」及「營造多元商圈」4大策略主軸，營造優質安全的商業環境與秩序，同時匯聚商圈產業特色，以節慶議題、專案活動、補助等多元方式，促進產業、商圈及店家整體轉型發展，以期達帶動產業與商圈店家商機、提升消費者滿意度，進一步打造城市多元、友善、樂遊之品牌形象。

截至114年12月31日止，登記在臺北市之行號家數為6萬2,141家，公司家數為18萬2,443家，總計24萬4,584家，較113年增加0.84%。114年本市公司行號新設立家數計1萬4,049家，較113年減少11.28%。113年解散、歇業家數計9,414家，較113年增加4.83%。

臺北市公司商號登記家數統計表

單位：家

年度	新設立	解散、歇業	年底總家數
110	16,143	9,591	237,401
111	14,885	9,339	235,126
112	16,275	8,936	239,835
113	15,835	8,980	242,546
114	14,049	9,414	244,584

資料來源：臺北市公司登記家數及資本額變動表、臺北市商業登記家數異動表

若就行業別觀之，以「批發及零售業」5萬4,386家(佔22.24%)最多，其次為「專業、科學及技術服務業」3萬6,792家(佔15.04%)及「製造業」2萬9,167家(佔11.93%)。

臺北市行號、公司登記家數統計表 (依行業別)

單位：家；%

行業別	行號家數	公司家數	公司行號 總家數	所佔百分比
總計	62,141	182,443	244,584	100
農、林、漁、牧業	178	2,838	3,016	1.23%
礦業及土石採取業	6	374	380	0.16%
製造業	837	28,330	29,167	11.93%
電力及燃氣供應業	7	1,651	1,658	0.68%
用水供應及污染整治業	117	361	478	0.20%
營建工程業	2,528	20,568	23,096	9.44%
批發及零售業	29,752	24,634	54,386	22.24%
運輸及倉儲業	4,984	4,920	9,904	4.05%
住宿及餐飲業	10,015	2,283	12,298	5.03%
出版、影音製作、傳播及資 通訊服務業	1,075	11,704	12,779	5.22%
金融及保險業	470	26,786	27,256	11.14%
不動產業	232	9,191	9,423	3.85%
專業、科學及技術服務業	2,276	34,516	36,792	15.04%
支援服務業	1,413	5,588	7,001	2.86%
公共行政及國防；強制性社 會安全	0	0	0	0.00%
教育業	254	177	431	0.18%
醫療保健及社會工作服務業	0	5	5	0.00%
藝術、娛樂及休閒服務業	2,499	973	3,472	1.42%
其他服務業	5,498	3,839	9,337	3.82%
未分類	-	3,705	3,705	1.51%

資料來源：臺北市公司登記、商業登記統計表

再就行政區分布情形分析，以設於中山區 4 萬 6,191 家(佔 18.89%)最多，其次為大安區 3 萬 8,528 家(佔 15.75%)及松山區 2 萬 6,386 家(佔 10.79%)。

臺北市行號、公司登記家數統計表 (依行政區)

單位：家；%

區別	總計	松山	信義	大安	中山	中正	大同	萬華	文山	南港	內湖	士林	北投
行號家數	62,141	6,253	4,896	7,435	8,580	4,723	4,736	5,916	3,752	2,157	4,907	4,842	3,944
公司家數	182,443	20,133	19,876	31,093	37,611	16,492	12,892	6,226	4,764	4,829	15,690	8,133	4,704
總家數	244,584	26,386	24,772	38,528	46,191	21,215	17,628	12,142	8,516	6,986	20,597	12,975	8,648
所占百分比	100	10.79	10.13	15.75	18.89	8.67	7.21	4.96	3.48	2.86	8.42	5.30	3.54

資料來源：臺北市公司登記、商業登記統計表

便捷登記服務

臺北市商業處 114 年共受理 18 萬 4,876 案之公司及商業登記申請案件，為持續提升辦理公司、商業登記之便利性，透過「登記 e 傳送，補正即時通」及簡化登記行政流程，增進作業效率，提升市民滿意度及為民服務品質，另實施營業場所全面預審，避免民眾誤觸法規蒙受損失，健全商業秩序。

一、「登記 e 傳送，補正即時通」

(一)登記 e 傳送：除簡訊通知及網路查詢外，亦可以 QR CODE 線上掃描快速查詢案件進度服務，申請人以智慧型手機掃描案件收據上的 QR CODE，即可瞭解案件最新申辦情形。

(二)補正即時通：補正資料依法屬得以影本檢送之文件，開放以 E-MAIL 補正方式接受申請人電傳電子檔，由專人列印文件後登錄補正，每件節省申請人臨櫃補正約

60 分鐘的車程往返及等候時間。

(三)多元繳費管道：繼 102 年 12 月 23 日起推出悠遊卡繳費服務後，陸續於 106 年推出信用卡、綁定信用卡行動支付之臨櫃繳納規費服務，於 107 年 12 月開放 pay.taipei(智慧支付平臺)繳納登記規費，於 110 年 3 月起提供悠遊付繳費等多元繳費方式，並於 112 年 12 月起提供四大超商繳費等多元繳費方式。

二、簡化登記作業行政程序

本處持續檢視登記行政作業程序，截至 114 年底共計有 66 項登記隨到隨辦申請項目，隨到隨辦案件受理件數計有 4 萬 7,923 案，占全體申請案的 25.92 %。

臺北市公司商號申請案受理家數統計表

單位：件；%

年度	組織別	申請案受理件數	隨到隨辦受理件數	隨到隨辦受理件數占全部申請案比例
110	公司	160,466	21,735	13.54
	商業	27,358	27,358	100.00
	小計	187,824	49,093	26.14
111	公司	158,860	18,109	11.40
	商業	25,510	25,510	100.00
	小計	184,370	43,619	23.66
112	公司	156,290	23,934	15.31
	商業	29,314	29,314	100.00
	小計	185,604	53,248	28.69
113	公司	160,337	23,771	14.83
	商業	25,775	25,775	100.00
	小計	186,112	49,546	26.62
114	公司	159,813	22,860	14.30
	商業	25,063	25,063	100.00
	小計	184,876	47,923	25.92

資料來源：臺北市商業處公司登記速件案件核准數統計表、臺北市政府核准商業登記申請案審理時間統計表

三、營業場所協助查詢服務

為兼顧商業發展與公共環境安全，並避免商家於承租(購)裝潢後才發現營業場所欲從事之營業使用行為，因違反土地使用分區、建築管理規定而遭致裁罰、投資損失，自 109 年起，推出營業場所預先查詢系統，提供民眾於擇定營業場所、簽訂房屋租賃契約、裝修或辦理登記前，可於線上預先查詢其擇定之營業場所是否

符合都計建管規定，全程 e 化辦理收件、審查及回復作業。

112 年起全面推行公司(商業)於申請設立、遷址、新增營業項目登記前，先行申請營業場所預先查詢；另自同年 7 月起，宣導申請營業場所預先查詢時，以「本業」審查「F501060 餐館業」或「F203020 菸酒零售業」時，需同時預審「F501050 飲酒店業」，並於核准登記時隨案告知查詢結果及相關宣導事項。114 年提供查詢服務總計 6 萬 7,684 件，100%先預審後送件，落實源頭管理及降低民眾觸法損失。

安全商業環境

一、商業訪視管理

為維護消費者及合法業者權益，健全本市商業活動，依「臺北市政府產業發展局執行維護公共安全商業管理工作計畫」及「商業稽查作業標準書」執行商業訪視，114 年度總計訪視 3,151 家次，其中舞廳、舞場等八種行業 601 家次、電子遊戲場業 15 家次、資訊休閒業 38 家次、一般行業 2,497 家次，十種行業訪視比率為 20.76%。

另為加強電子遊戲場業、舞廳、舞場等八種行業、資訊休閒業列管複查及營業場所聯合檢查，以落實該等行業管理，保障市民消費安全，每年各執行 1 次電子遊戲場業及資訊休閒業營業場所聯合檢查及 2 次八種行業營業場所聯合檢查。114 年度總計檢查 286 家次(電子遊戲場業 9 家次、資訊休閒業 31 家次、舞廳舞場等八種行業 246 家次)，對不符規定者均依法處罰或持續複查至改善為止。

二、商品標示查察

為落實商品正確標示，保障消費者權益，114 年度辦理商品標示抽查件數共 11,485 件，不合格計 2,229 件，不合格率 19.41%。其中為配合經濟部辦理每年每季專案抽查共 53 項如紅包袋、低動能遊戲用槍、折合桌、LED 燈管、藍牙耳機、行動電源、手持充電式風扇、打火機等共 6,480 件，不合格計 1,166 件，不合格率 17.99%。另受理外縣市移送標示不合格案件計 1,569 件，上開不合格者均依商品標示法規定促請廠商改正。

臺北市商業處受理商品標示案件統計表

單位：件；%

年度	110 年	111 年	112 年	113 年	114 年
全部抽查件數	7,363	11,587	11,131	11,263	11,485
全部抽查不合格件數	1,223	2,188	2,120	2,230	2,229
全部抽查不合格率	16.61	18.88	19.05	19.80	19.41
配合經濟部辦理專案抽查件數	5,691	6,689	6,778	6,803	6,480
專案抽查不合格件數	819	1,237	1,274	1,265	1,166
專案抽查不合格率	14.39	18.49	18.8	18.59	17.99
受理外縣市件數	848	749	1,516	1,550	1,569

資料來源：臺北市政府商品標示抽查結果統計表、臺北市政府受理外縣市案件統計表、臺北市政府移送外縣市案件統計表

三、辦理公司命令解散及商業校正

為落實公司商業管理，主動函請財政部臺北國稅局提供無營業跡象之營業人資料，並與本處公司、商業登記資料比對，針對有公司法第 10 條或商業登記法第 29 條第 1 項規定自行停止營業 6 個月以上情事者，列為校正對象，使登記更符合現況。114 年總計通知申復 1,789 家，命令解散 1,083 家，廢止登記 1,414 家。

臺北市公司商號命令解散及商業校正家數統計表

單位：家

年度	組織別	通知申復	命令解散	廢止登記
110	公司	778	1,066	6,228
	商業	455		413
	小計	1,233	1,066	6,641
111	公司	1,723	1,405	5,674
	商業	465		471
	小計	2,188	1,405	6,145
112	公司	1,071	1,041	862
	商業	528		447
	小計	1,599	1,041	1,309
113	公司	1,243	1,078	991
	商業	533		517
	小計	1,776	1,078	1,508
114	公司	1,306	1,083	999
	商業	483		415
	小計	1,789	1,083	1,414

資料來源：臺北市商業處公司法第 10 條（第 1 款及第 2 款）命令解散作業月報表、臺北市商業處統計表

四、查察強制投保公共意外責任保險業務

為保護本市消費者權益，促進消費生活安全，本處依「臺北市消費場所強制投保公共意外責任保險實施辦法」規定，通知應投保之消費場所投保公共意外責任保險；截至 114 年 12 月 31 日止，本處權管消費場所應投保公共意外責任保險計 2,794 家，已投保 2,794 家，投保率 100%。

五、消費爭議申訴案件處理

為保護消費者權益，本處 114 年共受理消費爭議申訴案件 3,939 件，其中「其他商品類」1,173 件為最大宗，其次為「線上遊戲類」685 件，總件數較 113 年增加 174 件，上升 4.62%。本處持續積極依消費者保護法、臺北市消費者保護自治條例及消費爭議申訴案件處理要點等規定處理消費爭議案件，促使業者妥適處理紛爭，提升消費品質。

臺北市商業處受理消費爭議申訴案件統計表

單位：件

年度		110 年	111 年	112 年	113 年	114 年
申訴類別						
商品類	電腦類	311	260	212	185	196
	車輛類	205	190	255	202	218
	家電用品類	383	390	461	550	350
	手機類	236	238	291	225	199
	服飾織品類	220	200	274	294	257
	育樂類	42	23	64	15	3
	文具商品類	0	0	0	0	0
	玩具商品類	39	27	107	73	40
	鞋子飾品類	148	144	143	157	88
	家具類	80	86	119	99	105
	其他商品類	829	770	625	742	1,173
商品類小計		2,493	2,328	2,551	2,542	2,629

服務類	線上遊戲類	748	668	1,308	686	685
	婚紗攝影類	63	57	61	51	38
	洗衣類	34	20	30	36	28
	非補教課程	175	158	172	191	200
	其他服務類	296	359	339	259	359
服務類小計		1,316	1,262	1,910	1,223	1,310
總計		3,809	3,590	4,461	3,765	3,939
資料來源：臺北市商業處受理消費爭議申訴案件月統計表						

發展特色產業

一、城市美食推廣

(一)「2025 台北國際美食節」- 2 波段系列活動

1. **漢堡嘉年華 (市集)**：第 1 波活動於 8 月 30 日、31 日假圓山花博公園辦理，彙集 51 家國內外知名品牌 (含新加坡、美國)，並首度與台北君悅及寒舍艾美等 5 星級飯店推出限定漢堡，共吸引 9.3 萬人次參與。

2. **台北餐廳週**：第 2 波活動結合民間資源，於 9 月 8 日於台北晶華以「破圈」為題辦理「風味文化年會」產業交流；同步啟動「台北餐廳週」(至 9 月 30 日)，集結本市 139 家餐廳，其中 20 家為米其林相關業者，推出 1,200 元及 2,600 元台北風味限定套餐，並首度邀請日、港、韓等國際媒體及 KOL 等 12 位來台協力宣傳，公私協力展現臺北多元美食，帶動營業額達 1,100 萬元。



2025「漢堡嘉年華」市集人潮



與台北君悅飯店合作推出限定漢堡



「風味文化年會」產業交流



結合民間資源推出「台北餐廳週」

(二) 2025 臺北國際牛肉麵節

1.主題競賽：以「黑白交鋒 王者爭霸」為題，7月14日啟動記者會徵召本市牛肉麵店家，10月10日至12日於圓山花博公園長廊廣場舉行競賽與嘉年華市集，邀請知名大廚呂敬來擔任親善大使，競賽分為鮮食組（紅燒、清燉及創意）與調理包組（紅燒及清燉），共計157組參加，現場市集聚集78攤展售，活動期間民眾享用牛肉麵逾6萬碗，成功推廣本市牛肉麵特色。

2.行銷推廣：首度串聯歷屆得獎店家於8月推出「牛肉麵放大券」、9月聯手全臺114家業者推出「全臺優惠Cow過來」優惠活動等系列行銷，推廣與促進本市牛肉麵產業發展。



2025 臺北國際牛肉麵節得獎店家大合照



跨國交流賽 - 台灣清燉牛肉麵 vs 新加坡叻沙牛肉麵



競賽店家烹飪實況



鮮食組紅燒得獎者 - 桃園喜來登酒店



民眾遊逛店家攤位



迷你小廚師親子體驗

二、時尚產業推廣 - 台北好時尚

- (一) **培育新銳人才**：為帶動更多年輕世代投入時尚產業，2025「台北好時尚」TOP 時裝設計大賞系列活動，於 6 月 30 日首度舉辦「Runway Mirage 潮幻之星」新生代模特兒選拔，前 20 名模特兒可參加街拍活動，前 10 名模特兒更可參與 8 月 26 日舉行之「Top 時裝設計大賞 Urban Mirage 城市幻象」動態秀決賽。本屆設計大賞由王季濃獲得設計師組金獎，黃婉鈞獲得學生組金獎。
- (二) **產業媒合與行銷**：6 月 26 日辦理 2 場次設計師與布料、副料等產業媒合會，成功媒合 36 件合作案；9 月 11 日至 28 日於大稻埕碼頭及禮客百貨辦理 2 場次靜態展，展示得獎設計師服裝作品，並透過 DCARD 拍攝宣傳影片，觀看次數約 6.7 萬次，提升設計師能見度



2025「台北好時尚」TOP 時裝設計大賞合照



動態秀評審老師



學生設計師黃婉鈞金獎作品「人設未定論」



設計師王季澧金獎作品「擬花蛇」

三、促進產業活動及獎勵表揚補助

鼓勵本市產業自主辦理促進產業及獎勵表揚活動，114 年核定補助 579 萬元：

- (一) 補助效益：支持咖啡、美容美髮、網紅等 10 場活絡產業活動，累計創造總營業額超過 9,300 萬元，參與人數逾 24 萬人次。
- (二) 表揚典禮：辦理商人節、華人公益節等 3 場表揚活動，共表揚 372 家企業及 226 位優秀從業人員，肯定企業貢獻。



2025 第 8 屆 TSCA 金杯獎咖啡競賽



2025 臺北網紅節攤位人潮



2025 Taipei 正裝時刻-星光紳士沙龍



2025 台北國際造型藝術節



2025 華人公益節淨零碳排與永續轉型論壇



2025 慶祝第 79 屆商人節暨表揚大會

營造多元商圈

為帶動本市商業發展動能，使本市商家能安心投資、永續經營，透過「點-店家輔導、線-商圈活化、面-廊帶串聯」多元方案，導入在地參與元素，促進商圈、產業與店家整合交流，並以節慶議題結合多元創意行銷活動，匯聚商圈產業特色，推動商圈友善樂活環境，型塑臺北獨特城市意象，適性輔導商圈活化發展。

一、點 - 店家輔導：以個別「店家」為輔導單元，打造多元友善購物環境

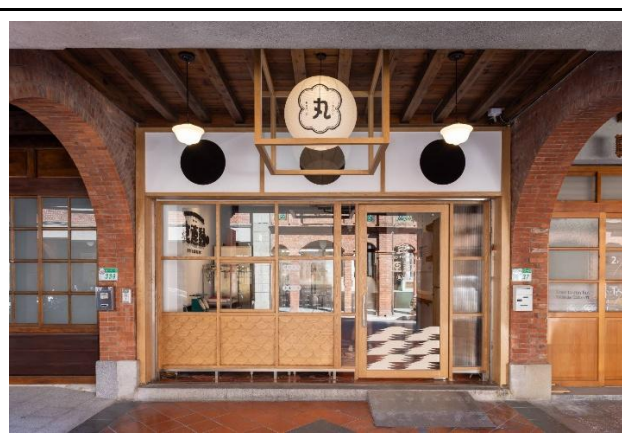
(一) 店家再造計畫 - 台北造起來

以「台北造起來」為品牌協助本市商圈店家轉型升級，114 年輔導美食及傳統再造店家 10 家及型店店家 14 家，由專業顧問團隊從品牌定位、識別設計、產品包裝、空間設計等面向輔導，於 6 至 9 月開設共 9 堂包含數位支付、ESG 導入及 AI 應用等系列轉型課程，另於 11 月辦理 3 場小旅行及舉辦成果

發表，並製作宣傳影片、DM 摺頁地圖，加強推廣歷年輔導成果，輔導改造後店家營業額平均提升 13.6%。



輔導店家「果真冇杏」改造後風貌



輔導店家「食連動魚丸」改造後風貌



台北造起來 (C/L) 年慶活動人潮



輔導店家與民眾互動

(二) 台北友善店家推廣

為打造友善城市意象，以 15 項友善服務招募本市店家加入友善店家行列，至 114 年底累計招募 1,058 家友善店家及場館，114 年哺(集)乳友善服務項目升級為親子友善項目，新增哺集乳空間、嬰兒車可輕易通行進出動線等服務內容。另推出「友我帶禮走-幸運輪盤」導客至友善店家消費，單筆消費滿 100 元即可參加抽獎，共 2,400 份 300 元友好金及多種店家優惠，活動期間累積創造營業額達 300 萬元以上；另 7 至 8 月共辦理 5 場小旅行，帶領民眾深度體驗友善店家，同時透過網紅紅豆妹、肉比頭及菲比食物日常拍攝宣傳影片，觀看人次達 35.9 萬人次，加強推廣台北友善店家。



114 年台北友故事啟動記者會



友善企業贊助商品展示



文山緩旅行：友善山城步調



松山樂旅行：藝文探索記

二、線 - 商圈活化：以商圈活化專案與補助，輔導形塑在地特色品牌

(一) 串聯傳統節慶辦理商圈品牌活動

1. 臺灣年味在臺北

「2025 台北年貨大街」以「年貨三十」為主題，於 1 月 11 日至 27 日串聯迪化街、華陰街北車及後站等十大年味商圈，並與本市逾百家店家合作，推出台北通 APP 優惠券刺激消費，同步設計 30 處順遊點、打卡點及活動點，提供民眾走春暢遊，另與藝術家吳騏合作，於迪化街商圈南北街與永樂廣場打造 5 座巨型在地產業造型氣偶，結合「福蛇來送喜」趣味挑戰、年藝手作體驗及街頭藝人表演等系列活動吸引人潮；活動亦首度推出全國第一條「無菸年貨大街」，並延續擴大免費接駁專車服務，提升環境品質與交通便利性；線上則與 momo 購物網合作推出「線上台北年貨大街專區」及直播，使年節採買更為多元便捷，另結合 KOL 宣傳各年貨商圈及走街拜年等議題行銷，推升遊逛人氣與買氣，活動期間創造迪化街商圈營業額約 20 億元，來客數約 200 萬人次。



2025 迪化街年貨大街現場人潮



30 週年限定發財金福蛇來送喜



與藝術家吳騏聯手打造巨型氣偶-月下談心



首度推出全國第一條「無菸年貨大街」



擴大免費接駁專車服務



市長於台北地下街走街拜年發送限定發財金



榮濱年貨大街遊逛現場氣氛熱絡



林副市長至艋舺夜市走街拜年

2. 商圈嘉年華-台北生活祭(中秋節慶)

為推廣商圈特色及商機，於 10 月 3 日至 5 日中秋假期以「童遊台北·嗨玩商圈」為主題，於圓山花博公園長廊廣場辦理為期 3 日主場活動，邀集 36 處商圈及 75 攤特色店家設置會展大型市集，並打造大型兒童遊具及 10 周年親子舞台見面會，邀請 YOYO 親子台、GK 爸爸、波力及如果兒童劇團等親子表演，吸引親子同遊，活動期間來客數約 7.8 萬人次以上，創造約 4,900 萬元營業額。



商圈嘉年華活動人潮



邀請韓國知名 IP「波力」登台同歡



活動現場各式設置大型遊具供親子同樂



手作體驗「艾草抓抓樂：轉運草本小魔法」

3. 繽紛耶誕玩台北

為打造本市耶誕節慶氛圍，於 114 年 11 月 28 日至 115 年 1 月 4 日辦理，整合 16 大百貨體系資源，以「光之覓境」為主題，打造逾 80 處耶誕燈飾與空橋妝點，首度運用 Line OA 辦理「光之覓境雙重抽」集章抽獎，總獎值超過新臺幣百萬元，並辦理逾 40 場次聚客展演，另邀請宣傳大使「安芝儂」拍攝宣傳影片搭配波段行銷，同時結合業者宣傳管道宣傳各百貨繽紛亮點，成功吸引人潮並促進本市節慶相關產業發展，民眾對活動整體滿意度達 89.9%。



2025 耶誕與跨年活動啟跑記者會



史努比耶誕大型 IP 裝置



新光三越 - 傳遞幸福之樹



微風廣場「聖誕告白大道」



BELLAVITA 廣場 - Bellos 的耶誕餐桌



台北 101-星際奇幻光廊

(二)城市亮點競爭型計畫 - 形塑商圈特色品牌節慶

1.北投夏日祭り - 魚躍龍門盛夏祈福

為形塑北投商圈品牌特色，於 5 月 23 日至 6 月 15 日辦理，以日本傳統端午節懸掛鯉魚旗與華人「鯉魚躍龍門」寓意相互呼應，在北投公園、七星公園、捷運新北投站與地熱谷設置 5 處上千鯉魚旗等裝置藝術，營造白天與夜晚不同的日式氛圍，每週例假日在七星公園舉辦如 YOYO 親子音樂會、流行音樂派對及露天電影院等主題活動，參與人次逾 9 萬人次，帶動店家來客數及營業額成長約 20%，消費者及店家活動滿意度皆達 9 成以上。



亮點裝置「銀星橋鯉魚旗串」



民眾參加創意酒家菜宴席



民眾遊逛台日好物暨文創市集



亮點裝置「鯉魚躍龍門」

2.2025 天母啤酒節

於 6 月 20 日至 7 月 20 日舉辦，期間串聯 100 家商圈店家舉辦消費抽獎活動，並設置活動吉祥物「酵母君」供民眾拍照打卡，主場活動於 7 月 19、20 日在天母運動公園舉行，匯集超過 90 個人氣美食攤位及 37 家品牌啤酒展售，並延續獲好評之萬人 KTV 活動，邀請 DJ 打造流行金曲派對，知名藝人鳳小岳、小男孩樂團壓軸演出，主場活動參與人次逾 15.4 萬人次，活動期間創造營業額近 4,700 萬元。



萬人 KTV 現場齊聚同歡



禁止酒駕 酒後不開車安全有保障

超過 90 攤美食及啤酒攤位滿足民眾味蕾



趣味遊戲「HOLD 住這一杯」大小朋友同樂



主場活動小男孩樂團表演

3.2025 八德 3C 哈樂 Day

於 10 月 4 日至 11 月 2 日期間，每週分別以 3C 電玩、二次元及動漫為主題進行展演，結合八德資訊商圈、三創生活園區及光華數位新天地等周邊 100 家特約店家辦理消費抽獎活動，抽獎消費金額累計約 6,500 萬元，現場設置活動吉祥物八哥及貓店長等亮點裝置供民眾拍照打卡互動，11 月 1 日至 2 日主場活動結合 3C、ACG 及星光演唱會，活動全期吸引約 172 萬人次參與。



電玩、二次元、動漫模特兒與吉祥物八哥



粉絲熱情投入為二次元偶像應援



封街設攤民眾愜意遊逛



小朋友於攤位體驗新款 Switch 2 遊戲

4.2025 西門 PLAY 樂購町

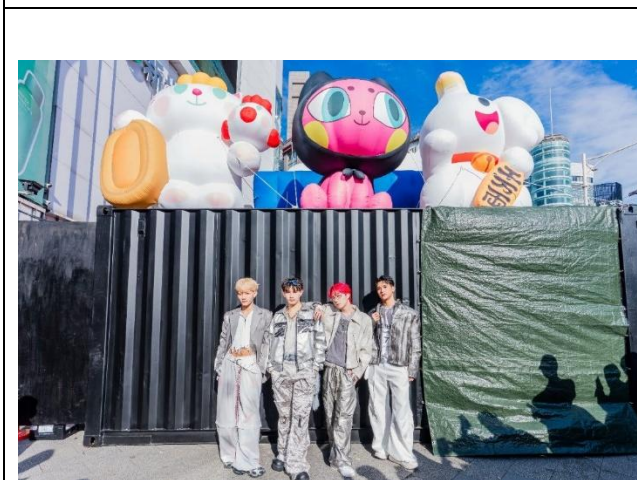
為持續打造西門商圈品牌特色，於耶誕新年期間 114 年 12 月 17 日至 115 年 1 月 16 日辦理，以「潮流電色」為主題，展現西門年輕客群主流特色，結合台北怪獸、哈玩具、JINART、TOY NIVERSE、UNBOX 等本地 5 大潮玩 IP 品牌，於西門捷運 6 號出口周邊重要節點及中華路一段等打造至少 10 座造型裝置物，每週舉辦不同的潮流「玩色派對」展演，結合在地 93 間商圈店家共同推出優惠，活動期間 9 成以上店家總營收增加 1 到 3 成。



2025 西門 PLAY 樂購町啟動記者會



活動大使 VERA 精彩表演



活動大使與特色 IP 裝置物



活動大使與大型 IP 裝置物

(三) 商圈專案輔導計畫

1. 忠孝東區振興計畫

自 108 年起啟動計畫以促進東區商圈活絡發展，114 年持續推動 14 項軟硬體設備改善，於 8 月 2 日至 3 日舉辦商圈品牌活動「2025 混東區潮 FUN 夏日趴」，結合封街演唱會、周邊主題市集及總計價值 19 萬元商圈購物金等活動內容導客，帶動人潮走入東區，吸引逾 1.8 萬人次參與；11 月 7 日至 23 日與百貨及特約店家聯合舉辦東區週年慶抽獎活動，共計發送 3.8 萬張抽獎券；另攜手台北市東區商圈發展協會於 12 月 19 日啟動「東區夜未眠 Don' t Call It a Night」於瑠公公園、瑠公綠廊帶及龍門廣場等處點亮冬季主題燈飾，閃耀至 115 年元宵節。

	
潮 FUN 夏日趴演唱會吸引民眾一起來開趴	民眾體驗「微醺派對」城市沙版滑水
	
瑠公公園「星光馬車」重現童話故事	瑠公綠廊「星願之門」

2. 士林夜市商圈

為提升商圈浪漫形象與吸引力，結合七夕情人節，於 8 月 15 日至 31 日辦理「士林饗樂購 轉動夜戀食刻」活動，以「夜戀」為主軸，發送總價值 50 萬元的商圈現金抵用券「夜戀券」(含安平券、101 巷美食券及百貨券 3 款)及 3 款限定 IP 紀念品，活動達 2.9 萬人次參與。



3大活動會場推出限量夜戀券、IP紀念品等



商圈現金抵用券「夜戀券」



宣傳大使泡芙與活動專屬扭蛋機



夜戀扭蛋機活動吸引民眾參與

3.五分埔及民生社區商圈

五分埔商圈串聯捷運盃街舞大賽辦理短影音競賽，透過 Reels 宣傳行銷五分埔，共計 20 組參賽，於 11 月 15 日舉辦「五分埔街舞衣術節」，吸引 22 支隊伍參賽，並同步推出「五分埔購物季」活動，募集 44 家特約店家，逾 2 萬人次參與，帶動營業額近 1,900 萬元；民生社區商圈則於 8 月 30 日辦理「星空電影院」系列活動，結合市集與親子活動，營造週末休閒氛圍。



五分埔街舞衣術節參賽隊伍展現舞技



評審及現場觀賽民眾



五分埔購物季 - 消費抽獎活動吸引民眾遊逛



民眾夏夜晚風下觀賞電影「神偷奶爸 4」

4. 貓空商圈輔導

輔導店家循都市計畫程序合法永續經營，針對建築公安、食品衛生、環境品質及水土保持等多面向協助。114 年累計 49 家店家申請，協助 27 家取得受輔導資格，22 家本府相關局處審查與補正中，計畫持續至 117 年；另補助商圈辦理貓空孝道傳承感恩封茶活動，邀請民眾以一日輕旅行的方式走入貓空茶鄉，品味「茶山宴」特色料理，於童玩闖關趣及茶香包 DIY 回歸童心，隨後於泡茶、奉茶與封茶儀式中，親手為爸爸端上一杯敬茶。



親子感恩封茶體驗活動



2025 貓空孝道傳承感恩封茶活動大合影



融入自然的天空曼陀羅茶席



小朋友動手 DIY 茶香包

5. 大巨蛋人流導入商圈

結合 2025 世界棒球經典賽資格賽、中華職棒開幕賽及中華職棒明星賽 3 檔賽事辦理「大巨蛋 HOME RUN 遊台北」串聯行銷活動，招募全市逾 500 家特約店家及夜市攤商，推出商圈夜市折抵券（含百元商圈券 2 張及百元夜市券 1 張），預計使用數 1 萬 2,000 張，實際使用 1 萬 3,398 張，使用數達成率 111.65%，店家滿意度約 96.73%，民眾滿意度約 96.1%。



6. 世壯運店家串聯行銷

因應雙北世壯運帶來之人潮與商機，募集超過 2,500 家特約店家及 4,400 家商場百貨駐點店家響應。透過發送電子現金券與專屬優惠，吸引國內外選手及遊客至本市消費遊逛，擴大賽事外溢效益，活動期間特約店家及本市商圈現金券使用率分別達 99.77% 及 74.31%，帶動消費乘數達 2.8 倍，參與店家營業額成長 5.8%、來客數成長 2.3%，將體育賽事轉化為實質經濟動能。

7. 來台北有購嗨

配合行政院「因應國際情勢強化經濟社會及民生國安韌性特別條例」推動之全民普發新臺幣 10,000 元促進內需政策，推出大型消費抽獎活動。藉由創造消費議題與實質誘因，將中央政策紅利留在臺北，帶動整體經濟發展，活動自 114 年 11 月 11 日至 115 年 3 月 8 日 辦理，凡於本市消費滿 200 元之發票及收據即可參與週週抽、月月抽、市民專屬抽及總抽獎。獎項包含現金 新臺幣 1,000 萬元、iPhone 17 Pro、台積電股票及高檔電動汽車等，總價值超過新臺幣 3,000 萬元，提升民眾消費誘因。



市長與貴賓合力抽出大獎



多重抽獎機制總獎值逾新臺幣 3 千萬元

(四) 提振商圈發展補助

透過補助計畫輔導商圈以在地發展角度辦理特色品牌活動，並籌組商圈總顧問團，由專家學者全程適性輔導，114 年補助金額 2,275 萬元，支持商圈組織舉辦如天母萬聖節嘉年華、北投花浴衣節及西門町 Cosplay 大賽等 42 場商圈活動。



2025 天母搞什麼鬼小朋友踴躍互動問答



2025 西門商圈「友善享樂祭」第十二屆 Cosplay 決戰西門町



2025 大龍峒狀元文化節小朋友拔狀元筆



2025 中山商會烘焙之星首度登場



2025 臺北北投花浴衣節呈現北投風華



2025 大橋頭文化祭結合吃、喝、學的饗宴



重南書街名人講座帶領民眾體驗閱讀樂趣



2025 本草派對現場展攤



114 年商團交流觀摩活動



114 年度績優商團表揚大會合影

三、面 - 廊帶串聯：跨商圈合作推動城區軟硬體升級

(一)萬華商圈廊帶：以「萬華雙鏈軸 - 鏈文化、鏈機能」為架構，串聯萬華區北中南商圈，執行 8 組行動方案共 15 個工作項目

- 1.跨局處公私協作機制：整合本府都發局、觀傳局、交通局等逾 20 個局處資源，並綜整約 26 個在地團體協同參與，推動各行動方案，同時透過每季召開府級會議，追蹤各局處執行進度與成效，其他廊帶亦循萬華廊帶協作模式推展。
- 2.環境優化與整體營造：艋舺公園景觀改善、商圈整體意象營造及環境優化皆陸續動工，114 年選定 10 處重要節點進行意象營造之配置規劃，並已完成老松國小紅磚牆外「萬華故事牆」，另針對剝皮寮對面廣州街南側街廓進行騎樓美化，以「周記肉粥店」為優先示範店家，推展廊帶商業環境改造。
- 3.特色遊程行銷：以「漫步艋舺」為主軸，推出 5 條基礎遊程路線，結合導客入店、集章設計及手作體驗等，共辦理 77 場小旅行，建立在地商圈廊帶遊程服務模式。



「萬華故事牆」承載萬華在地故事



萬華廊帶小旅行老師導覽剝皮寮文化故事

(二)迪化-寧夏-朝陽商圈廊帶：以「友善環境營造」及「商圈串聯行銷」為核心，推動 11 項工作方案

- 1.環境改善與導引設施建置：於迪化完成台北橋橋下環境優化初步規劃；於朝陽完成 3 處導引系統建置規劃及其中 1 處施作；於寧夏完成 1 處人行道鋪面更新，改善步行環境，提升道路交通品質。
- 2.友善服務與串聯行銷推廣：推動多語友善店家輔導，製作 100 處景點與店家日語宣傳圖卡，並協助 30 家店家完成專屬日語客製化菜單設計，提升

國際友善與服務品質。



「朝陽貓」形象導引指示牌



店家專屬日語客製化菜單

(三)城中商圈廊帶：以「文化巡禮」及「產業遊程」為發展主軸，推動 6 項工作方案

1. 導引設施與意象更新：建立「商圈導引設施規劃及設計原則」，並完成臺北捷運西門站、北門站及桃園機場捷運台北車站 (A1) 出口指引更新及、2 處中華路影音街意象設施更新及設置 5 處文化故事點及官道主題意象營造設施，提升商圈指引及遊憩機能，提升商圈指引機能。
2. 文化巡禮與遊程體驗：以「漫步城中」為主題，辦理 3 條主題特色遊程路線，共計 23 場次體驗活動，引導民眾深入體驗城中商圈文化與產業魅力。



中華路影音街意象設施更新



「漫步城中」小旅行

未來施政重點

- 一、**便捷登記服務**：持續簡化公司、商業登記作業行政流程，提供更多元便利支付管道，優化「營業場所預先查詢系統」，提升申請人、承辦人及審核人員使用便利性，同時提高整體行政效率。
- 二、**健全商業環境**：依「臺北市電子遊戲場業設置管理自治條例」、「臺北市舞廳舞場酒家酒吧及特種咖啡茶室管理自治條例」、「臺北市資訊休閒業管理自治條例」及「臺北市自助選物販賣事業管理自治條例」等規定加強輔導及管理本市特定目的事業；另強化抽查商品標示及輔導廠商改善，同時配合本府法務局協處消費爭議申訴第一階段協商，以落實消費者權益保障制度。
- 三、**發展特色產業**：持續加強推廣本市美食、時尚特色產業，以「美食在台北」為品牌意象，辦理台北國際美食節、臺北國際牛肉麵節等行銷活動，帶動本市餐飲商機；透過台北好時尚系列活動，辦理模特兒選拔、設計師「Top 時裝設計大賞」及產業媒合會等，擴大產業人才培育，拓展設計師知名度，展現台北產業軟實力。
- 四、**營造多元商圈**：持續透過「點、線、面」多元輔導策略強化商圈品牌及促進商圈活化升級，形塑商圈特色；推動主題行銷，發展城市展演經濟，辦理串聯活動擴大大巨蛋、小巨蛋、北流、北藝等場館展演經濟效益；追蹤推展萬華商圈廊帶、迪化-寧夏-朝陽商圈廊帶及城中商圈廊帶 3 處廊帶各行動方案執行，帶動本市商圈整體發展。