

臺北市商業處施政報告

資料截止日期：108年4月8日

資料更新日期：108年4月8日

專責人員：楊舒安 職稱：科員

電話：(02)27256481

E-mail：cx_40459@mail.taipei.gov.tw

重要施政成果

重要成果

一、本市商業登記概況

迄108年3月底止，本市獨資、合夥商號登記家數計58,069家，公司登記家數計179,787家，總計家數為237,856家，較107年同期增加0.46%。

二、商業管理業務

(一)107年7月1日至108年3月31日止執行商業稽查共2,049家次，其中十大行業稽查715家次，一般商業查察1,334家次，分佔總稽查家次之34.9%及65.1%。

(二)107年7月1日至108年3月31日止查獲違反商業法令規定計有264家次（含警察局通報及法規競合違反建築法令部分），均依法裁處。

108年至3月底，商業處計收繳罰鍰7件，罰鍰金額新台幣240,000元，金額收繳率30%。

(三)行政罰鍰收繳以前年度部分（93~107年）：

商業處帳列應收未收罰鍰7,890,951元，108年截至3月底收繳899,110元，另取得債權憑證511,587元。

(四)十大行業現況

1. 合法設立家數及違規列管家數

(1)合法設立：八大行業141家、資訊休閒業66家、電子遊戲場業11家。

(2)違規列管家數：八大行業12家、資訊休閒業1家、電子遊戲場業0家。

2. 公共意外責任險：截至108年3月底合法十大行業應投保家數218家，已投保218家，投保率100%。

三、消費者保護業務

107年7月至108年至3月底止共受理消費爭議申訴案件2,466件，其中商品類1,594件，服務類872件，均依消費爭議處理程序函請廠商妥適處理。

四、商品標示業務

107年7月1日至108年3月31日止辦理商品標示抽查件數共6,643件，不合格者1,309件（其中518件移外縣市），不合格率19.7%，其中包括配合經濟部辦理商品專案抽查共4,847件，不合格者685件，不合格率14.13%，另受理外縣市移送標示不合格案件計988件；上開不合格者均依商品標示法規定促請廠商改正。

五、以「臺菜・台北」推廣台北美食

107年以「臺菜・台北」為主題，推薦出10家「米其林 Something You Don' t know about Taipei」之臺菜餐廳，並結合13家便利支付業者辦理「臺北美食月」及與名人合作拍攝「臺菜・台北」特輯，行銷本市臺菜餐廳，共同提升本市美食能見度。

六、美食店家再造

107年持續遴選5家美食再造店家，並為推廣臺北市風格獨特之美食店家，擴大甄選12家「風格食尚型店」加以行銷宣傳，透過集結4家歷屆再造亮點店家及12家風格食尚型店舉辦「一籃嚐遍台北16家風格美食型店-秋日台北食尚野餐趴」，推廣本市美食型店，建立本市餐飲美食品牌標竿。風格食尚型店經輔導後，來客數及營業額平均增加近1成。

七、「臺北好時尚」動態秀

為建立臺北時尚品牌，使臺北的設計實力與國際接軌，「2018臺北TOP時裝設計大賞」初選評選出12位設計師，於107年8月16日假圓山大飯店進行決賽暨動態時尚秀，由評審團選出金獎、最佳市場潛力獎、最佳版型獎及最佳藝術結合獎之得獎設計師。另媒合3位歷屆得獎設計師參加國際時裝週，及近10位歷屆得獎設計師與13家品牌業者進行合作，且為串接時尚、布料、零件等產業鏈，於永樂市場4樓打造「T Fashion時尚實驗基地」，以產學合作，彙集全台大專院校服裝設計相關系所、品牌、設計師、媒體及時尚相關產業超過70個單位進駐，並舉辦論壇與講座等活動，加強人才培育及品牌孵化，帶動本市時尚相關產業提升，以型塑本市成為國際時尚魅力城市。

八、發掘商圈魅力，輔導發展品牌特色

（一）形塑商圈產業特色，活絡商圈產業經濟

107年度透過臺北市提振商圈產業商機補助計畫(108年度已修正為臺北市提振商圈發展補助)，補助27處商圈鼓勵自主辦理創意在地特色活動，型塑商圈本身特色並行銷推廣予更多消費者，促進

商圈營業額提升。包含天母商圈透過活動的 HALLOWEEN 氣氛造街，形塑萬聖節好玩的氣氛，製造天母萬聖節亮點；中華影音街結合商圈特色影音設備，邀請消費者共同高歌一曲相互競賽，讓音樂響徹在地商圈甚至遠播北門；承德汽車商圈讓二手車能與不同購車族群的生活結合，大規模的二手車及不同主題的經典車展示，吸引目標族群及媒體並產生品牌磁吸效應；迪化商圈以傳統中藥為基礎，透過創新應用方式辦理本草派對，吸引年輕族群前來迪化街體驗中藥新滋味；朝陽商圈透過服飾材料的創意發想，讓民眾製作屬於自己的萬聖節面具，展現朝陽商圈服飾材料的獨特魅力；溫泉發展協會以「北投泉語」為主題，藉由模特兒走秀，展現參賽者精心設計的浴衣特色，透過舞台表演、神轎踩街遊行及浴衣逛大街活動，行銷新北投溫泉商圈。108 年度核定補助 26 處商圈，補助金額達 1,800 萬元。

(二)臺灣年味在臺北

108 年 1 月 19 日至 2 月 3 日於迪化、臺北地下街、後車站、華陰街、榮濱商店街、寧夏夜市、艋舺夜市、沅陵街、四平陽光等 9 大商圈辦理「2019 臺灣年味在臺北」活動，以「年。來了」為主題，透過一系列活動規劃，營造本市節慶品牌。於迪化街規劃主題年獸窟，搭配 AR 技術，吸引民眾拍照互動；邀請民眾打擊年獸的三種年藝體驗活動，由在地店家與專業主廚用傳統材料示範創作網美風年菜，餵飽挑嘴的「吃吃獸」；讓民眾體驗創作趣味斗方及小春聯，封印愛發問的「嘴嘴獸」；以趣味遊戲搶辦年貨叫醒「懶懶獸」；另以 AR 技術實境尋寶年貨限定任務串聯年貨 9 大商圈店家，鼓勵民眾踩點遊逛，將人潮導入各商圈，加深對年貨大街之品牌印象；邀請韓國網紅芒果拍攝於年貨大街遊逛採買年貨之宣傳影片，將臺灣節慶特色推廣至國外；辦理 4 場次市長至商圈走街拜年活動，發送豬年發財金，內附抽獎刮刮卡，提供價值 20 萬、共 500 份的商圈特色好禮、LINE Points 點數等獎項，吸引民眾至年貨大街消費遊逛並促進使用行動支付工具，共同推廣第三方支付，運用喜慶活潑的年獸主視覺，搭配傳統年節之元素，於迪化街與周邊區域進行街區妝點營造節慶歡樂氛圍，並與在地商圈組織共同合作打造整體環境清潔，提供民眾安全舒適之遊逛場域。

(三)友善店家推廣

近年國內外旅客增加，為營造良好商圈購物環境，本市於 105 年

開始招募台北友善店家，截至 107 年 12 月底總計累積 578 家友善店家及場館，友善服務項目含英、日、韓外語友善、行動裝置充電、友善廁所、Free WiFi 等共計 15 項友善服務，於店家張貼友善服務 ICON 標誌，讓民眾能一眼辨識出各店家所提供的服務；另結合 GOOGLE MAP 建構友善店家網頁供民眾查詢友善店家及特色店家資訊，網站資訊包含店家基本資料及照片，同時有中、英文版供國內外遊客搜尋。為了讓國內外遊客能便利遊逛台北，107 年印製 20 款多語(中、英、日、韓)友善摺頁地圖，以捷運站點為中心，介紹周邊景點、友善店家及推薦遊程，並透過 AR 擴增實境科技設計「Taipei Friendly Go!」台北實境尋寶遊戲，吸引民眾前往本市友善店家遊逛，提升商圈及店家來客數。108 年將持續招募友善店家並以體驗行銷搭配網路及網紅行銷等行銷活動為主軸，加強友善店家與民眾互動之導客活動，以提升友善店家知名度及消費人潮。

(四) 商圈嘉年華-台北生活祭

為推廣本市特色商圈，107 年 10 月 19 日至 21 日假大直美麗華舉辦商圈嘉年華-台北生活祭，計有 22 個商圈 75 家特色店家參與設攤，透過戶外實境解謎活動串聯商圈特色並吸引民眾參與，消費者及業者對整體活動表示滿意或非常滿意者合計 7 成 5 以上、民眾參與人數達 9 萬人次以上、活動創造約 3,219 萬元營業額，共吸引 13 則平面媒體、14 則電子媒體及 74 則網路媒體報導。108 年將持續辦理，活動內容刻正規劃中。期透過舉辦商圈遊逛主題活動，提升商圈品牌形象，推廣商圈知名度。

(五) 舊城區及捷運沿線周邊特色商圈品質提升，老店綻放新活力

為整合舊城區及捷運沿線周邊豐富之產業、文化歷史等資源，在維持既有之地區特色前提下引入再生的力量與協助老區翻轉。於 105 年起辦理舊城區傳統店家改造，106 年輔導大同及艋舺商圈 8 家傳統產業店家改造、行銷推廣。107 年於大同區、中山區、中正區萬華區甄選出 10 家傳統店家進行品牌輔導再造，並串聯行銷活動，以網紅及店家促銷等行銷方式進行宣傳，打造傳統店家新風貌。

107 年辦理 2 場次網紅行銷活動，點閱率合計達 9 萬 1 千次以上，並規劃 10 篇部落客深度旅遊文章，以及辦理 2 場次串聯行銷活動。

為促進商業永續發展，提升市民生活品質，本處以「便捷登記服務」、「安全商業環境」、「發展特色產業」、「營造多元商圈」為施政主軸，持續進行登記業務流程簡化及推展電子化補正服務、促進消費者保護及落實商品標示正確、加強產業團體交流及推廣特色產業、推動友善店家計畫及導入科技工具運用，並透過評選、比賽與專業團隊規劃引導，培養商圈與產業之自主經營與管理能量，另結合時令節慶，串連商圈及產業作整體行銷，以期達成「建構友善樂活且具特色優質商業環境」之願景。

資料提供：臺北市商業處