

臺北市商業處施政報告

自 112 年 1 月 1 日起至 112 年 8 月 31 日止

資料截止日期：112 年 8 月 31 日

資料更新日期：112 年 10 月 1 日

專責人員：王渲虹 職稱：辦事員

電話：(02) 27208889-6550

E-mail：kq0266@gov.taipei

重要施政成果

重要成果

一、本市商業登記概況

迄 112 年 8 月底止，本市獨資、合夥商號登記家數計 61,272 家，公司登記家數計 176,706 家，總計家數為 237,978 家，較 111 年同期增加 1.12%。

二、商業管理業務

(一) 112 年 1 月至 112 年 8 月底止執行商業稽查共 1,743 家次，其中十大行業稽查 473 家次，一般商業查察 1,270 家次，分佔總稽查家次之 27.13% 及 72.86%。

(二) 112 年 1 月至 112 年 8 月底止查獲違反商業法令規定計有 178 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。112 年截至 8 月底商業處計收繳罰鍰 137 件，罰鍰收繳金額新臺幣(以下同) 1,920,462 元，金額收繳率 67%。

(三) 行政罰鍰收繳以前年度部分(93~111 年)：

商業處帳列應收未收罰鍰 2,119,796 元，112 年截至 8 月底收繳 620,672 元，另取得債權憑證 361,311 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 123 家、資訊休閒業 36 家、電子遊戲場業 8 家。

(2) 違規列管家數：八大行業 3 家、資訊休閒業 0 家、電子遊戲場業 0 家。

2. 公共意外責任險：截至 112 年 8 月底合法十大行業且已復業，應投保家數 143 家，投保率 100%。

三、消費者保護業務

112 年 1 月 1 日至 112 年 8 月 31 日止共受理消費爭議申訴案件 3,162 件，其中商品類 1,662 件，服務類 1,500 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

112年1月至112年8月底止辦理商品標示抽查件數共7,416件，不合格者1,421件（其中798件移外縣市），不合格率19.16%，其中包括配合經濟部辦理商品專案抽查共4,594件，不合格者857件，不合格率18.65%，另受理外縣市移送標示不合格案件計985件；上開不合格者均依商品標示法規定促請廠商改正。

五、城市美食產業推廣

為行銷本市餐飲產業，112年持續以「美食在台北」品牌推廣本市餐飲店家，今年以「火鍋」為主題，推出「鍋際大賞」活動，招募「饗宴鍋物組」37家、「經典鍋物組」27家，計64家火鍋店家參與，於112年7月份辦理網路人氣票選活動及趣味心理測驗，吸引民眾關注活動議題，總投票人數達19,815人次、總投票數達239,045票；於112年8月14日、16日透過專家評選共識決從2組人氣票選各前10名店家中選出各前5名；10月辦理「台北美食月」活動，結合EZTABLE、FunNow、icash、Line Pay、台灣 Pay、全支付、悠遊付、街口支付8家美食平台及電子支付業者，辦理火鍋消費發票登錄及台北美食月優惠等宣傳活動，於本市逾630家火鍋店消費，並透過日本網紅宣傳影片，及10位以上部落客發布文章宣傳，以提升餐飲店家商機。

六、「台北好時尚」動態秀

為發掘台北好時尚新銳設計師，「2023『台北好時尚』TOP時裝設計大賞」分為「設計師組」及「學生組」，選出10位新銳設計師與10位學生設計師進入動態秀決賽及年度獎項得主，決賽暨動態秀於112年8月24日選出金獎得主胡俊丞、學生組金獎陳聖元，並舉辦2場媒合會，第一場媒合會共計媒合10件；今年更以創意行銷藉由DCARD拍攝影片推廣，並透過時尚街拍活動、靜態展等，展現台北好時尚的軟實力。

七、特色產業節慶推廣

為推廣本市特色產業節慶，112年於耶誕節慶期間11月17日至113年1月1日辦理「2023繽紛耶誕玩台北」，整合本市15大百貨體系業者資源，共同打造逾70處耶誕燈飾氛圍與空橋裝飾，今年以「馴鹿之光」為主題，規劃「全民馴光」快閃創意方式，並預定於112年12月1日辦理記者會，後續以波段行銷如貼文抽獎活動與透過網紅或名人拍攝主題宣傳影片，宣傳各百貨繽紛亮點，並藉由聚客展演活動，吸引人潮前來遊逛，活絡本市商機發展。

八、特色產業再造

為促進本市傳統及美食店家轉型升級，112年「台北造起來」選出23家店家，針對策略定位、品牌設計、商品策略、設計包裝4面向輔導，開設數位轉型、社群營銷、品牌經營等8堂系列課程，協助店家培養經營新思維及模式。

另辦理系列行銷活動，如112年創新與大稻埕、艋舺旅宿業者合作，透過旅人走讀方式，讓國際旅客深度體驗再造店家特色，於112年9月至10月辦理4場次，及規劃於112年11月18日假永樂廣場辦理「台北造起來ㄟㄥ年慶」，集合輔導店家展示特色商品並與民眾互動，輔導改造後店家營業額預計提升1成以上。

九、友善店家推廣

為形塑本市為首善之都，自105年起持續招募友善店家及推動友善店家識別ICON，共計15個友善服務項目，截至112年9月底共計招募69家友善店家，累計737家友善店家及場館。於112年6月27日辦理活動宣傳記者會，112年6月27日至9月23日辦理「友我帶禮走」導客活動，並透過歌手魏嘉瑩及日本網紅Iku拍攝宣傳影片，截至112年9月底觀看次數逾43.5萬人次。另於112年6月至9月辦理7場次「台北友故事」體驗小旅行，帶領民眾走訪「西門」、「民生社區」、「萬華」、「中山」、「士林」及「大稻埕」等6處本市特色場域，推廣友善店家特色。

十、西門節慶行銷推廣計畫

為打造西門節慶商圈特色，規劃於112年12月1日至112年12月31日舉辦「2023西門PLAY樂購町」活動，以「Wish星願小鎮」為主題，於西門商圈重要節點設置亮點裝置、週週辦理聖誕主題展演活動及消費換贈品等活動，同時串連在地百家以上店家推出優惠活動，吸引民眾前來消費遊逛。

十一、北投商圈節慶行銷推廣計畫

為提振商圈商機發展，形塑本市北投商圈特色，於112年7月28日至9月2日期間，辦理「北投夏日魔法節」，於七星公園及北投公園等周邊場域推出為期1個月以上的節慶行銷活動，透過融入在地元素，結合藝術家打造7處亮點裝置物如夏樹精靈、北投火花、北投故事溪流光影、磚巒、光溯迴廊等，其中「夏樹精靈」與「北投故事溪流光影」為夜間光影定目劇，及辦理系列主題行銷活動，串聯在地店家至少100間以上參與，並於每週例假日辦理展演

活動、邀請藝人及表演藝術團體輪番演出，突顯本市商圈特色活力，吸引消費人潮前來商圈消費遊逛，促進商圈繁榮。活動期間參與人次達 14 萬人次，業者營業額平均增加 20%。

十二、天母啤酒節

112 年 6 至 7 月舉辦 2023 天母啤酒節，串聯天母商圈在地 101 間店家、3 大百貨及 8 家知名啤酒業者參與，連續 4 週先以異國啤酒主題活動預熱，2 日主場活動有知名藝人表演，現場 80 個攤位更有韓國大邱、墨西哥等辦事處代表共同熱情參與，讓天母啤酒節朝國際化邁進，另推出 7 款特仕酒及 4 款特仕餐，逾 23 萬人次參加。

十三、促進產業活動及獎勵表揚

為鼓勵產業自主辦理促進活動及表揚優秀從業人員與業者，以形塑本市產業魅力並帶動企業社會責任。112 年「臺北市促進產業活動及獎勵表揚補助計畫」業於 111 年 12 月 29 日公告，自 112 年 1 月 13 日起至 2 月 20 日止開放受理申請「臺北市促進產業活動及獎勵表揚補助」，另針對核定補助之產業，透過籌組具「商圈及產業推動發展」、「專案企劃與執行」及「媒體公開行銷」等專業領域之專家學者，進行產業溝通陪伴、深入訪視，瞭解產業面臨之發展課題及需求，於產業辦理補助活動事前規劃、事中執行成果、事後檢討等階段進行陪伴訪視，及時提供產業修正意見，以協助提升產業行銷推廣活動之品質。112 年度補助 12 場活絡產業及 3 場獎勵表揚活動，補助金額共計 700 萬元，分別執行如下：

台北市佛具商業同業公會於 7 月 15 日舉辦「2023 台北神匠工藝大賞-免顯神威」，現場開設「雕刻」、「貼金」及「彩繪」三大工作坊讓民眾參與，並展出精湛作品；社團法人台北市文創產業交流協會於 9 月 16 日及 17 日舉辦「第三屆台北文創節」，內容包含文創市集、手做體驗及表演活動；另台北市牛肉麵交流發展協會於 8 月 8 日舉辦徵件記者會、10 月 7-9 日舉辦「2023 臺北國際牛肉麵節」競賽，將揭曉「鮮食組-紅燒、清燉、創意」金牌、銀牌、銅牌及「調理包組-紅燒、清燉」等獎項，並首度規劃樂齡養生牛肉麵及現場販售限量競賽牛肉麵。

十四、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

1. 臺北市提振商圈發展補助計畫

(1) 為促進本市商圈組織學習有關體驗經濟推廣及行銷活

動、產品開發等創新概念及實務作法，透過瞭解觀光工廠商業模式及社會企業的精神及商圈自主管理模式，將生產過程轉換成體驗活動的設計與教學，進而活用臺北市商圈擴展能量及行銷推廣地方特色。112年業於9月19日至9月21日辦理商圈交流觀摩活動，共計28個商圈52人參與，透過參訪臺東慢食節及與鐵花商圈進行交流座談會，學習地方節慶設計思維與低碳商機再造，並加強商圈之間的交流，協助商圈拓展能量，發掘創新作為與商機。

(2) 112年「臺北市提振商圈發展補助計畫」業於112年1月3日公告自1月13日起至2月20日止開放受理申請「臺北市提振商圈發展補助」，針對核定補助之商圈，透過籌組具「商圈及產業推動發展」、「專案企劃與執行」及「觀光休閒特色營造」等專業領域之專家學者，進行商圈溝通陪伴、深入訪視，瞭解商圈面臨之發展課題及需求，於商圈辦理補助活動事前規劃方向、事中執行成果、事後精進檢討等階段進行陪伴訪視，及時提供商圈修正意見，以協助提升商圈行銷推廣活動之品質。112年補助43處商圈自主辦理商圈特色活動，補助金額共2,200萬元，透過串連商圈店家、周邊產業及異業結盟方式，共同促進商圈發展。

2. 忠孝東區振興計畫

(1) 為促進東區商圈活絡發展，自108年起以「一個再定位—商圈再定位，三個主策略—強化主題空間、規劃人行系統、活絡捷運地下街」為主題推動忠孝東區振興計畫。112年度持續推動10多項工作項目，協助商圈進行軟硬體設備改善；另SOGO後方停車場用地改造開放空間，規劃將整併綠廊帶，串連形塑友善人行休憩空間，業於112年8月開工，預計於113年3月底完工。

(2) 112年配合「2023台灣燈會在台北」於東區商圈打造10家藝術入店及5座中型燈飾。為持續協助東區協會凝聚在地共識及健全組織經營，規劃暑假及11月東區周年慶活動期間，協助東區協會與在地業者及周邊店

家合作辦理 2 場次東區之指標性大型特色活動，規劃於耶誕檔期至隔年元宵節期間於瑠公公園、頂好廣場等 6 處進行燈飾妝點，引導民眾前往東區商圈消費，提振商圈商機。

(3) 暑期「2023 混東區潮 FUN 夏日趴」活動於 112 年 7 月 29 日至 30 日起跑，以夏日及音樂為主軸，邀請呂思緯、蕭秉治、李佳薇等知名藝人及表演團隊於大安路一段封街進行舞台演出，實體活動 2 日逾 1 萬人次參與，與台北通 APP 合作辦理線上活動，串聯超過 100 家特約店家，逾 4 萬人次參與。

3. 士林、萬華商圈輔導活化計畫

(1) 為加強受疫情衝擊影響的觀光型商圈如士林夜市商圈及萬華商圈之特色推廣，導入專業輔導團隊，透過辦理行銷推廣活動型塑商圈特色，協助活絡商圈在地組織發展，帶動人潮提振商機。士林夜市商圈除延續維護安平街區情人意象街區妝點成果外，更與萬華商圈共同於 112 年 8 月 11 日至 8 月 27 日辦理「士林萬華饗樂購 台味浪漫應援團」活動，同時串聯商圈店家及學生族群共同行銷推廣，發放商圈消費抵用券 3,755 份、商品優惠券 1,900 份及學生福袋 741 份，吸引人潮遊逛消費，提振商圈及實體店家商機。

(2) 另為利民眾深度體驗萬華商圈特色，結合在地特色店家、手作體驗、周邊景點及人文歷史等資源，於 112 年 8 月 12 日及 8 月 19 日辦理共 2 場次深度體驗小旅行活動，協助提升萬華區商圈競爭力，吸引人潮前來遊逛。

(3) 活動效益媒體正向報導計 65 則，另兩商圈之消費者及業者針對整體活動滿意度預期達 8 成以上、兩商圈活動民眾參與人數預期合計達 1 萬 5,000 人次以上。

(二) 臺灣年味在臺北

1. 2023「臺灣年味在臺北計畫」串聯迪化街商圈、後站商圈、華陰街北車商圈、臺北地下街、寧夏夜市商圈、滎濱商店街、艋舺夜市商圈、沅陵街商圈、四平陽光商圈等 9 處商圈，辦理工商年貨大街整合行銷活動，結合農曆年節傳

統慶典及本市青山王祭、文協百年等辦理系列主題活動；另為加強營造年節氛圍，於周邊商圈如城中、後站、華陰街北車等進行節慶妝點設置及串聯行銷，以打造更廣泛之年節體驗場域。

2. 透過街區妝點打造年節氛圍，加強在地連結呈現老街節慶風貌，吸引民眾拍照打卡遊逛；邀請在地居民、店家、學童及遊客計 275 人次共同彩繪燈籠，將永樂廣場妝點為「兔年繽紛共創燈區」，成為年貨大街拍照特色景點；從迪化街南京街口到北街歸綏街口 5 隻造型吸睛巨型福氣萌兔氣球裝置，結合線上打卡抽獎等活動吸引民眾拍照打卡；廣場上設置應景「開運紅包牆」，提供包含「兔gether」發財金紅包袋等總獎值超過百萬元獎項，吸引 1 萬 5,974 人次參與抽獎活動，線上線下互導行銷台北年貨大街。
3. 為協助實體商圈開發多元銷售型態，與地方商圈組織共同合作，線上線下串聯行銷，攜手蝦皮購物設置為期約 23 日全臺最大線上年貨大街「台北年貨大街線上專區」，包含 59 家迪化街商圈店家在內共 108 家本市名店進駐，活動期間創造超過 3,000 萬元營業額，結合電商平台攜手協助台北年貨大街轉型，打造台北年貨大街品牌新形象。
4. 辦理 6 場實體活動(含 1 場啟動記者會及 5 場走街活動)，總計吸引 21 則平面媒體、242 則電子媒體及 225 則網路媒體報導，於迪化街商圈創造約 16 億元的營業額及 141 萬人次的來客數，針對整體形象及系列活動規劃滿意度，業者約 9 成 1，消費者約 8 成 4。

(三) 商圈嘉年華

1. 為推廣本市特色商圈，透過舉辦主題會展活動，以大商圈帶動小商圈的方式，帶動各商圈發展，業於 112 年 9 月 29 日至 10 月 1 日假圓山花博公園長廊廣場舉辦「商圈嘉年華-台北生活祭」活動，以「時光」為主題，「台北時光自由行」為 slogan，設計特色語錄及特色商品，行銷本市商圈。招募 27 處商圈與 75 攤特色店家，並透過多元媒體行銷管道進行宣傳，導引民眾走入不同商圈體驗，提升商圈知名度及商機，促進商圈繁榮，活動 3 日預計吸引 7 萬

人次以上遊逛，並創造 3,000 萬元以上營業額。

2. 另於 112 年 8 月至 10 月與 9 處商圈合作，辦理 4 場次「商圈半日遊」導覽體驗遊程，帶領民眾至中華路影音、北門相機街、赤峰街、公館、貓空、萬華、大稻埕、天母及新北投等商圈進行深度體驗走訪，透過商圈職人帶領手作體驗及文史工作者導讀商圈歷史與特色，鼓勵參與者打卡分享體驗活動心得進行口碑行銷，讓民眾看見臺北商圈不同風貌。

未來施政重點

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