

臺北市商業處110年重要施政成果

施政成果摘要

本處主要業務為本市公司與商業登記、商業管理、商圈與特色產業輔導及行銷事項，110年度重要施政成果包括「登記e傳送，補正即時通」、「辦理商業訪視、商品標示查察與受理消費爭議申訴案件，維護消費者權益」、「查察強制投保公共意外責任保險，以促進消費生活安全」、「整合本市特色商圈及產業，辦理城市主題行銷」等，另因應COVID-19疫情採取相關應變管理與紓困振興措施。

施政成果大綱

施政要項	重要計畫或措施	業務承辦窗口
整體業務概況	商業發展概況	02-27208889/1999轉6479張專員
便捷登記服務	登記e傳送，補正即時通	02-27208889/1999轉6525范科長
	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牟科長
	商品標示查察	
	辦理公司命令解散及商業校正	02-27208889/1999轉6525范科長
	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	
營造多元商圈	輔導特色商圈發展	02-27208889/1999轉6475韓科長
	形塑臺北城市風貌	
COVID-19疫情 應變與振興	萬華區紓困、百貨防疫措施	02-27208889/1999轉6503蔡科長
	民生物資、超商賣場防疫措施	02-27208889/1999轉6525范科長
	十大行業、萬華茶室輔導	02-27208889/1999轉6551牟科長
	商圈產業振興轉型	02-27208889/1999轉6475韓科長

臺北市商業發展概況

本處在商圈、產業、店家及各局處的共同努力下，藉由「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，促進各店家、商圈、產業整合交流，匯聚商圈產業特色及節慶議題，輔以創意多元行銷活動，達到提升店家營業額、消費者滿意度以及城市品牌行銷三大目標。

截至110年12月31日止，登記臺北市之行號家數為6萬139家，公司家數為17萬7,262家，總計23萬7,401家，較109年減少0.85%。110年本市公司行號新設立家數計1萬6,143家，較109年減少1.1%。110年解散、歇業家數計9,591家，較109年減少2.77%。

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
101	14,585	8,846	215,230
102	16,062	8,892	219,985
103	15,850	9,267	224,028
104	16,286	9,096	228,570
105	15,927	9,215	231,947
106	16,752	9,445	235,747
107	16,803	10,202	237,523
108	16,512	10,847	238,542
109	16,323	9,864	239,434
110	16,143	9,591	237,401
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」5萬8,704家(佔24.73%)最多，其次為「專業、科學及技術服務業」3萬2,715家(佔13.78%)及「製造業」2萬9,202家(佔12.3%)。

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	60,139	177,262	237,401	100.00
農、林、漁、牧業	189	2,761	2,950	1.24
礦業及土石採取業	6	412	418	0.18
製造業	754	28,448	29,202	12.30
電力及燃氣供應業	6	1,259	1,265	0.53
用水供應及污染整治業	118	406	524	0.22
營建工程業	2,239	20,110	22,349	9.41
批發及零售業	29,451	29,253	58,704	24.73
運輸及倉儲業	5,177	5,084	10,261	4.32
住宿及餐飲業	9,658	1,931	11,589	4.88
出版、影音製作、傳播及資 通訊服務業	1,085	11,294	12,379	5.21
金融及保險業	425	22,351	22,776	9.59
不動產業	219	8,955	9,174	3.86
專業、科學及技術服務業	2,136	30,579	32,715	13.78
支援服務業	1,318	5,105	6,423	2.71
公共行政及國防；強制性社 會安全	0	0	0	0.00
教育業	146	163	309	0.13
醫療保健及社會工作服務業	0	4	4	0.00
藝術、娛樂及休閒服務業	2,086	870	2,956	1.25
其他服務業	5,126	3,823	8,949	3.77
未分類		4,454	4,454	1.88
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 4,526 家(佔 18.76%)最多，其次為大安區 3 萬 7,262 家(佔 15.7%)及松山區 2 萬 6,834 家(佔 11.3%)。

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	60,139	6,209	4,460	7,336	8,316	4,553	4,353	5,704	3,644	2,120	4,856	4,776	3,812
公司家數	177,262	20,625	18,220	29,926	36,210	15,094	12,172	6,381	4,832	4,761	15,720	8,494	4,827
公司行號總家數	237,401	26,834	22,680	37,262	44,526	19,647	16,525	12,085	8,476	6,881	20,576	13,270	8,639
所占百分比	100.00	11.30	9.55	15.70	18.76	8.28	6.96	5.09	3.57	2.90	8.67	5.59	3.64

資料來源：臺北市公司登記、商業登記統計表

便捷登記服務

一、「登記 e 傳送，補正即時通」

為全面提升辦理公司、商業登記之便利性，持續推動「登記 e 傳送，補正即時通」，以有效增進作業效率、減少行政成本，提升市民滿意度及為民服務品質。

- (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、綁定信用卡的行動支付之臨櫃繳納規費服務，並於 107 年 12 月開放 pay.taipei(智慧支付平臺)繳納登記規費，提供多元繳費方式。



多元繳費管道、便捷登記服務

二、簡化登記作業行政程序

110 年度共受理 18 萬 7,824 案之公司及商業登記申請案件，為簡政便民，本處積極簡化作業程序，共推出 66 項登記隨到隨辦申請項目，110 年度隨到隨辦案件受理件數計有 4 萬 9,093 案，占全體申請案的 26.14%。

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
106	公司	148,647	34,934	23.50
	商業	27,373	27,373	100.00
	小計	176,020	62,307	35.40
107	公司	154,293	35,061	22.72
	商業	28,352	28,352	100.00
	小計	182,645	63,413	34.72
108	公司	159,308	36,638	23
	商業	24,200	24,200	100.00
	小計	183,508	60,838	33.15
109	公司	170,567	35,363	20.73
	商業	26,863	26,863	100.00
	小計	197,430	62,226	31.52
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

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，於 100 年 12 月 1 日由都市發展局、建築管理工程處及本處共同設置「營業場所審查與查詢服務櫃檯」，於公司（商業）申請設立、遷址（含分支機構）或新增營業項目時，提供營業場所是否符合土地使用分區管制及建築管理規定之審查及查詢服務，並自 102 年 12 月 1 日起，提供營業場所預先查詢之代收服務及於 105 年 5 月 17 日發布「臺北市營業場所協助查詢服務作業須知」，明定主動提供公司（商業）於本市經營舞廳業、舞場業、酒家業、酒吧業、特種咖啡茶室業、視聽歌唱業、三溫暖業、電子遊戲場業、資訊休閒業、夜店業、餐館業、其他餐飲業、飲酒店業、按摩業（視障按摩業者除外）、腳底按摩業、瘦身美容業、成人用品零售業、汽車修理業、機車修理業、汽機車零件配備零售業、其他汽車服務業、遊樂園業、競技及休閒運動場館業、寵物美容服務業、寵物食品及其用品零售業等 25 種行業設立、遷址或新增營業項目變更登記之營業場所協助查詢服務。

另自 109 年 1 月 1 日起，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，並於登記時全面提供營業場所查詢服務，110 年 6 月進一步介接都發局「便民 e 化土地使用分區營業及使用項目查詢系統」，整合跨機關系統查詢服務，以保護善意不想違反都計建管規定之民眾，落實源頭管理及降低民眾觸法蒙受損失，截至 110 年 12 月底止，提供查詢服務計 141,676 件。

	
營業場所都計建管 E 化查詢系統啟動	

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，110 年總計訪視 2,947 家次，其中舞廳、舞場等八種行業 397 家次、電子遊戲場業 31 家次、資訊休閒業 61 家次、一般行業 2,458 家次，十種行業訪視比率為 16.6%。

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 1 次八種行業營業場所聯合檢查(7 至 9 月份聯合檢查因疫情公告命令停業停辦)。110 年度總計檢查 176 家次(電子遊戲場業 9 家次、資訊休閒業 46 家次、舞廳、舞場等八種行業 121 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，110 年度辦理商品標示抽查件數共 7,363 件，為配合中央因應疫情減少專案抽查項目，故較 109 年減少 4.38%，不合格者計 1,223 件，不合格率 16.61%。其中為配合經濟部辦理每年每季專案抽查共 31 項如「智慧型」遙控器、低動能遊戲用槍、保潔墊、兒童組合玩具、口罩等共 5,691 件，不合格者 819 件，不合格率 14.39%。另受理外縣市移送標示不合格案件計 848 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	106 年	107 年	108 年	109 年	110 年
全部抽查件數	8,511	8,568	8,490	7,700	7,363
全部抽查不合格件數	1,971	1,749	1,862	1,696	1,223
全部抽查不合格率	23.16	20.41	21.93	22.03	16.61
配合經濟部辦理專案抽查件數	6,668	6,505	6,551	5,277	5,691
專案抽查不合格件數	914	922	1,011	965	819
專案抽查不合格率	13.71	14.17	15.43	18.29	14.39
受理外縣市件數	1,271	1,356	1,115	1,101	848

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，並與本處公司登記、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。110 年總計通知申復 1,233 家，命令解散 1,066 家，廢止登記 6,641 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
105	公司	3,703	2,111	1,417
	商業	530		581
	小計	4,233	2,111	1,998
106	公司	2,017	2,142	1,596
	商業	419		573
	小計	2,436	2,142	2,169
107	公司	3,838	4,087	3,420
	商業	524		372
	小計	4,362	4,087	3,792
108	公司	11,750	12,363	3,072
	商業	551		470
	小計	12,301	12,363	3,542
109	公司	1,512	1,228	3,166
	商業	472		576
	小計	1,984	1,228	3,742
110	公司	778	1,066	6,228
	商業	455		413
	小計	1,233	1,066	6,641
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 110 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 2,119 家，已投保 2,119 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 110 年度共受理消費爭議申訴案件 3,809 件，其中「其他商品類」829 件為最大宗，其次為「線上遊戲類」748 件，總件數較 109 年增加 86 件，上升 1.02%。本處將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，並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 申訴類別		106 年	107 年	108 年	109 年	110 年
總計		4,113	3,784	3,092	3,723	3,809
商品類小計		2,743	2,476	2,048	2,437	2,493
商品類	電腦類	243	210	204	210	311
	車輛類	256	191	154	165	205
	家電用品類	230	235	259	356	383
	手機類	509	344	239	264	236
	服飾織品類	180	142	164	235	220
	育樂類	49	30	27	60	42
	文具商品類	5	4	2	2	0
	玩具商品類	25	22	36	42	39
	鞋子飾品類	103	78	109	144	148
	家具類	52	68	61	92	80
	其他商品類	1,091	1,152	793	867	829
服務類小計		1,370	1,308	1,044	1,286	1,316
服務類	線上遊戲類	692	713	548	540	748
	婚紗攝影類	62	45	53	71	63
	洗衣類	45	36	27	33	34
	非補教課程	159	186	193	186	175
	其他服務類	412	328	223	456	296

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、推廣臺北市城市美食產業

為協助本市餐飲業者轉型升級與推廣，於 110 年 7 月 16 日至 8 月 15 日辦理「台北美食，我來支持」活動，整體活動市府挹注經費約新臺幣 340 萬元，共創造出 17 倍乘數效益，協助至少 1,134 家店家轉型升級，同時帶動本市 15,000 家次消費商機，並藉由本次活動，一方面推廣各平台提供本市餐飲店家與萬華區業者合作優惠共度疫關，另一方面運用平台優惠回饋促使民眾提高線上消費動機，享用本市餐飲美食，並導入防疫作為與振興轉型升級，與餐飲店家共同度過這疫關。

「台北美食，我來支持」主視覺	「台北美食，我來支持」餐廳菜色
建立品牌識別系統	「台北美食，我來支持」餐廳菜色

二、輔導臺北市特色店家再造

為促進特色店家轉型升級，並提升店家競爭力，110 年甄選出本市具特色且欲轉型升級的 10 家再造店家(如惠安四神湯、九日咖啡、燒杯咖啡藝廚、歐品鄉廚、牛有廖、美縫、八鼎匠茶、媽咪里啦、福隆棉紙、e 書漫)及 13 家型店店家(如嗨糖日式可麗餅 Hi Sugar、Quelques Pâtisseries 某某甜點、ISM 主義

甜時、Charles' Kitchen 察爾斯廚房、CURA PIZZA、梁記嘉義雞肉飯、十字軒糕餅舖、林三益、巧婦超市、同心圓水晶紅豆餅、甜蜜蒔、台北御珍、松山茗茶)進行輔導與推廣。並於 110 年 11 月 3 日假臺北市政府 B1 多功能空間辦理「台北造起來」再造店家同樂會，同步以直播方式行銷 23 家輔導店家成果，並展現其品牌特色、商品等，及透過一系列行銷活動，如成果影片、社群宣傳、及體驗團等宣傳店家，以提升店家知名度，建立本市品牌標竿，促進特色產業發展，經輔導後，店家營業額平均增加 1 成以上。



黃珊珊副市長、貴賓及 23 家店家大合影



黃珊珊副市長巡禮今年輔導成果



輔導店家牛有廖改造前風貌



輔導店家牛有廖改造後風貌



輔導店家同心圓水晶紅豆餅改造前包裝



輔導店家同心圓水晶紅豆餅改造後包裝

三、推動台北好時尚

為型塑本市成為國際時尚魅力城市，使臺北的時尚軟實力與國際接軌，「2021 臺北 TOP 時裝設計大賞」於 110 年 5 月 11 日由評審團共識決初選出 9 位設計師進入決賽，並於 9 月 30 日假 CÉ LA VI Taipei 進行決賽暨動態時尚秀，由評審團選出金獎林慧慈、銀獎湯俊翔、佳作楊佳凰及洪紹愷，並邀請通路、品牌、媒體等相關企業廠商共同參與。同時為培育新銳設計師與產業品牌媒合，舉辦 2 場媒合會，共計媒合成功 64 件，更結合時尚及商圈特色議題，拍攝「T 時尚 T Fashion 全方位商圈結合時尚節目」7 支影片，透過優秀設計師來推廣本市時尚及商圈特色，帶動本市時尚相關產業整體提升與發展。



110 年度台北好時尚動態秀活動大合影



設計師林慧慈以作品「憶想」獲得
110 年度台北好時尚金獎



黃珊珊副市長著 2020 台北好時尚金獎設計師
夏筱琴設計服飾與其合影



葉佳靜設計師作品〈第三人稱〉走秀



設計師湯俊翔作品〈寒武燦戰〉
獲得 110 年度台北好時尚銀獎



設計師謝佳翰作品
〈現代 70 年代上班族〉走秀

四、推廣臺北市特色節慶產業

為營造本市耶誕節慶氛圍，110 年 11 月 19 日至 111 年 1 月 3 日辦理「2021 繽紛耶誕玩台北」活動，今年在信義區至少有 50 處的耶誕燈飾造景，更有「Fun 閃台北」之主題，以光之旅程為概念打造奇幻夢境之旅、璀璨希望之旅、閃耀星河之旅、浪漫愛情之旅及快樂繽紛之旅燈飾，同時結合本市 15 大百貨體系及 5 大商圈合作推出集章及優惠活動，還可於合作店家掃描 QRcode，取得電子兌換券即可免費兌換限量實用又具特色的台北城市包及熊讚耶誕包！更結合民間資源推出 32 場聚客活動，其中與台北 101 共同主辦「500 趴」活動，以音樂結合餐飲聚客行銷，與浪漫燈飾造景耶誕活動互相呼應，絕美燈飾打造出精彩璀璨的必拍熱點，閃耀交織出台北耶誕城。



限量台北城市包及熊讚耶誕包



2021 繽紛耶誕玩台北起跑記者會

	
「2021 繽紛耶誕玩台北」燈飾-火樹銀花	「2021 繽紛耶誕玩台北」燈飾-浪漫星月
	
「2021 繽紛耶誕玩台北」燈飾-璀璨號角	「2021 繽紛耶誕玩台北」燈飾-天使之翼
	
首度點亮信義區空橋 打造璀璨燈飾打卡聖地	與台北 101 共同主辦「500 趴」活動結合音樂、餐飲聚客行銷

五、促進產業活動及獎勵表揚補助

為強化本市產業動能並提升本市公司、行號商業信譽與從業人員服務品質，110 年辦理臺北市促進產業活動及獎勵表揚補助計畫，共補助 9 案促進產業活動及 3 案獎勵表揚活動，補助金額共計 600 萬元。其中，辦理「2021 台北國際咖啡節」、「2021 台北汽車大展走出戶外篇」、「2021 TSCA 日日金杯」、「2021 臺北市牛肉麵線上嘉年華」、「2021 台北國際造型藝術節」、「2021 台北神匠木雕工藝大賽」、「2021 台北秋季結婚購物節」、「2021 Taipei 正裝時刻-一見紳情

Suit Your Love」、「第一屆台北文創節」9個產業活動，藉由補助及結合民間資源共同合作，以蓬勃的產業活動，活絡本市產業商機；並辦理「2021 華人公益節暨企業誠信與利他共好論壇」、「第 75 屆商人節暨表揚大會」、「第 16 屆台灣廣告節」3 個獎勵表揚活動，表揚參與社會公益之企業與個人、優良店家及傑出人員並樹立標竿，提升自我社會責任意識，共創良好的企業社會環境，110 年度促進產業活動執行期間平均營業額成長 50.2%，活動期間店家來客數提升 88.98%；另產業組織辦理獎勵表揚活動，共表揚 283 個店家、240 位從業人員。



2021 台北國際咖啡節



2021 台北神匠木雕工藝大賽



2021 臺北市牛肉麵線上嘉年華



第 75 屆商人節暨表揚大會



2021 台北秋季結婚購物節



2021 華人公益節暨企業誠信與利他共好論壇

營造多元商圈

為帶動本市商業發展動能，讓本市商家能安心投資、永續經營，以「輔導特色商圈發展」與「形塑臺北城市風貌」為 2 大主軸，導入在地參與元素，促進店家、商圈、產業整合交流，匯聚商圈產業特色及節慶議題，並結合創意多元行銷活動，推動商圈友善樂活環境及型塑臺北獨特城市意象。

一、輔導特色商圈發展

(一)臺北市商店街區總顧問團計畫

110 年共補助 36 處商圈，鼓勵本市商圈組織發揮創意針對地方特色自主提案，並藉由相關領域的專家學者組成總顧問團，給予提案組織專業諮詢與建議，並透過陪伴制度於活動前、中、後深度輔導商圈發展，以提升行銷推廣活動之品質，另於 111 年 1 月 24 日遴選共 15 處表現優異的商圈，包含 5 處績優商圈、3 處創意巧思、3 處在地團結及 4 處最佳進步獎，並邀請柯市長文哲頒獎及鼓勵本市商圈繼續推廣跨域合作。

另辦理特色商圈交流及觀摩，以「商圈自治、環境維護」、「產業升級轉型」、「疫情應對措施」為主軸，於 110 年 11 月 4 日至 5 日至台中商圈進行參訪交流，計有臺北市商圈產業聯合會及 23 個商圈組織，透過互相觀摩交流，促使臺北市各商圈組織重新思考疫情後時代對於產業復甦對策，借鑒參觀對象分享體驗經濟操作要領、特色產品開發規劃行銷宣傳及開創目標客群等前瞻思維。



總顧問團會議



專家學者深度諮詢輔導



商圈觀摩交流



柯市長蒞臨 110 績優商圈頒獎暨分享會

(二) 臺北市商圈輔導推廣計畫

為協助商圈發展、整合在地資源、培養業者經營管理能力，以達商圈自治及永續發展目標，110 年持續依商圈屬性進行輔導，透過商圈體質改善再造、商圈組織凝聚強化，以深化、形塑商圈獨特風貌，提升商圈知名度。

1. 五分埔商圈

為活絡帶動五分埔商圈人潮，特針對學生及年輕消費族群，於 110 年 12 月 26 日於五分埔商圈辦理「2021 五分埔街舞衣術節」活動，今年首度規劃「對外開放自由參賽報名」，並祭出每隊參賽購衣金，讓報名隊伍發揮創意，從五分埔商圈眾多的流行服飾中搭配出符合自己團隊風格的表演服裝，活絡本地商圈，另邀請 IG 網紅 Lala 拍攝行銷宣傳影片，進而打造五分埔商圈「穿搭平價時尚中心」品牌核心價值，並邀請 Lala 出席街舞衣術節活動，以吸引其粉絲至現場參與。

另為帶動五分埔商圈商機於 110 年 11 月 6 日、11 月 27 日及 12 月 11 日辦理 3 場兼具文化特色及趣味之商圈深度小旅行，由在地文史達人進行導覽，針對相關景點帶領民眾深度探討商圈故事與文化性，加深遊程的深度與廣度，帶動商圈遊逛人潮；另於 110 年 10 月 31 日至 110 年 12 月 26 日邀集 20 家商圈特約店家合作參與辦理「五分埔購 e 集點送活動」，透過搭配消費滿額集章送限量好禮或抽獎等具行銷議題之消費導客活動，為合作店家創造人潮商機，吸引民眾至五分埔商圈消費遊逛，以型塑五分埔商圈整體特色文化。

未來將持續透過舉辦年度常態性競賽活動結合商圈內流行服飾，以吸

引年輕人潮，並拉近消費者距離，同時持續結合周邊景點，以商圈串聯行銷方式，帶動整體商圈發展



商圈深度小旅行第一場合照



商圈深度小旅行第二場合照



商圈深度小旅行第三場合照



2021 五分埔行銷影片



五分埔購e集點送活動



街舞衣術節第一名隊伍 Barbarian

2. 忠孝東區振興計畫

為促進東區商圈活絡發展，推出「忠孝東區振興計畫」，以「一個再定位—商圈再定位」及「三個主策略—強化主題空間、規劃人行系統、活絡捷運地下街」之基本策略來活絡東區地方經濟動能，輔導並協助東區商圈軟硬體改善提升，108 年至 110 年總計完成 55 項工作項目，包含頂好龍門廣

場美化、大安路一段及瑠公公園街道照明改善、敦化南路 160 巷及 161 巷跨路串連等工程，針對軟硬體設施進行改善。有關公共空間改造如 SOGO 後方綠廊帶美化改造，將於 111 年賡續辦理。

為持續推廣東區商圈特色定位及未來發展方向，協助台北市東區商圈發展協會於 110 年 10 月辦理「東區夜玩節」，以東區特色巷弄為主題，設置特色街標妝點，並串聯打卡活動，讓民眾透過互動遊戲同時獲得周邊商家的折價券，增加活動樂趣，並於 110 年 11 月 11 日至 22 日邀集在地店家業者推出「2021 東區周年慶」，藉由消費滿額贈及抽獎之消費導客活動，提振整體東區商圈商機。

另於 110 年 12 月 10 日至 111 年 3 月 27 日以「東區飛行日記」為主題，假瑠公公園及東區巷弄設置特色燈飾，加強營造商圈節慶氛圍，並於 110 年 12 月 24 日至 25 日假頂好廣場辦理手作體驗、市集活動，並結合耶誕愛無限活動及邀請大嘻哈時代歌手進行展演，多元行銷推廣東區特色，吸引旅客前往東區遊逛消費。



龍門廣場配合「聖誕愛無限」節慶燈飾佈置



忠孝東路 4 段 51 巷標線型人行道連續性改善



東區夜玩節走街活動



黃珊珊副市長走訪東區店家，並獲贈東區店家特色商品

	
民眾遊逛東夜星光市集	「東區周年慶」啟動記者會人潮熱絡
	
瑠公公園「夢想候機亭」燈飾妝點	東區飛行日記活動：愛無限新生命小組活力表演慶聖誕

3. 「西門 PLAY 樂購町」活動

為打造西門節慶商圈特色，本處於 110 年 12 月 3 日至 111 年 1 月 9 日在西門商圈辦理「2021 西門 PLAY 樂購町」活動，於 110 年 12 月 4 日假真善美廣場辦理啟動儀式記者會，由黃珊珊副市長親臨活動現場與人氣歌手鼓鼓(呂思緯)一起宣布活動正式開跑，今年活動與全球知名的三麗鷗五大超人氣明星角色「Hello Kitty」、「布丁狗」、「美樂蒂」、「雙星仙子」、「大耳狗喜拿」，共同打造五座超大型聖誕應景裝置與特色祈福樹，將西門商圈變成夢幻聖誕世界！活動期間每週六、日安排精采演出、偶像見面會及舞蹈大賽等不同活動，更與在地超過百家的商圈店家攜手推出行銷優惠活動，民眾只要至這些店家消費，即可參加扭蛋活動、抽好禮，吸引人潮來消費遊逛，活絡商圈經濟繁榮。



黃珊珊副市長參與啟動儀式記者會



亮點裝置-大耳狗、雪花天空鞦韆



三麗鷗明星見面會-HELLO KITTY



活動現場演唱會人潮



亮點裝置-星願音樂水晶



於扭扭樂聖誕樹兌換扭蛋



特色限定店



亮點裝置-歡樂禮物雪橇

(三) 提振商圈發展補助

為積極活絡商業並推廣商圈特色，110 年辦理臺北市提振商圈發展補助計畫，共補助 36 處商圈，補助金額達 2,000 萬元，活動執行期間平均營業額成長 26.82%，店家來客數提升 56.13%。由與商圈事務相關領域之專家學者組成之總顧問團，遴選 5 處績優商圈，包含天母商圈發展協會以萬聖節為主題辦理天母搞什麼鬼，近年平均吸引超過 20 萬人參與；西門商圈從第一屆 12 組作品參賽、到第七、八屆均超過百部作品參賽，創造話題，顯見本活動已在 Cosplay 界中是具代表性的活動；北投溫泉發展協會為因應疫情，首次辦理線上花浴衣節，以歷屆花浴衣走秀、花浴衣義賣及商圈特色商品直播銷售啟動 Online Show；大橋頭商圈因應疫情，轉型辦理線上活動，首度與海外網紅、北非摩洛哥籍精品代工皮匠師合作，並上架商品至電商平臺販售，結合傳統文化及新創宣傳方式，讓更多民眾了解米食文化；後站商圈今年疫情關係，將往年變裝踩街遊行改為線上搞怪大賽，廣邀全台愛搞怪的大小朋友來商圈採買變裝道具，並於後站商圈粉絲團分享最獨特的搞怪裝扮，促進商圈活絡發展。



台北市天母商圈發展協會
天母搞什麼鬼 13 萬聖節嘉年華



台北市西門徒步區街區發展促進會 2021『友善享樂祭』第八屆 Cosplay 決戰西門町



台北市溫泉發展協會 2021 臺北北投花浴衣節	台北大橋頭延三商圈發展促進會 翻轉傳統臺灣米食，迎向嶄新米「食」代!活 動記者會
	
台北後站批發商圈發展促進會台北後站批發 商圈第 13 屆批客節-批客嘉年華會	台北市新中華路影音電器街促進會 響樂音樂祭

二、形塑臺北城市風貌

(一) 2021 臺灣年味在臺北

2021 台北年貨大街以「好好過年-傳遞心時刻」為主題，與大稻埕出生的紙雕藝術家成若涵合作，藉由對於 9 大特色商圈的詮釋，傳遞家人、戀人及夥伴間的祝福與思念。而為因應疫情取消實體活動，於 110 年 1 月 28 日至 2 月 10 日強化線上行銷，以電子文宣、活動宣傳網站、線上行銷活動等方式協助迪化商圈、中華路影音商圈及後站商圈等 17 處商圈、夜市店家進行宣傳；輔導迪化街 6 家在地店家開發「大稻埕養生食譜 2.0」系列商品，並媒合知名啤酒品牌海尼根及電商平台蝦皮 2 大業者跨業合作宣傳迪化商圈 60 家以上在地店家；透過知名主廚直播活動推廣大稻埕年節禮盒，並與東森購物合作迪化街商圈年貨大街採買直播活動。

另印製牛年特色發財金紅包袋 30,000 份，配合線上行銷活動發放予活動參與民眾，並與悠遊付合作線上發財金活動，掃瞄發財金紅包袋內附小卡的活動 QRcode 即可立即領取臺北市市長悠遊付 1 元紅包，即可加碼參加抽獎活動，有機會獲得純金牛角(6 錢重)與悠遊付儲值金 168 元。



「大稻埕養生食譜 2.0」系列商品



實體發財金



迪化商圈街區妝點



艋舺青山宮燈飾妝點



蝦皮購物迪化街專區



知名主廚直播活動



西區迎春大點燈-中華路影音商圈妝點



西區迎春大點燈-後站商圈妝點

(二) 臺北市商圈嘉年華

為展示本市商圈多元特色，於 110 年 9 月至 11 月辦理 10 場次商圈職人夏令營導覽遊程，讓民眾前往 14 處商圈遊逛，並透過網紅行銷推廣；於 110 年 10 月 9 日至 10 日於台北 101 水舞廣場以「玩轉商圈一起購」為主題舉辦商圈嘉年華活動，分為「揪吃」、「揪玩」、「揪買」等展區，參與透過體驗式行銷，強化商圈品牌意象，形塑本市商圈特色，共計 24 處商圈產業、60 個攤位共襄盛舉，推廣臺北市特色商圈，2 天活動創造逾 661 萬元營業額，吸引逾 8,000 人次；另首次與「Yahoo 奇摩超級商城」合作，輔導 100 個商圈店家加入雅虎商城。另本次活動專區於 10/5-10/20 成立「2021 台北商圈嘉年華-玩轉商圈一起購」限時活動專區，共同推廣本市店家特色產品及輔導實體店家轉型線上銷售。活動期間計有 41,265 筆訂單，創造 15,699,499 元營業額。導引民眾至商圈消費，進而活絡商圈，提升商圈知名度及商機，促進商圈繁榮。



商圈嘉年華啟動記者會



商圈小旅行精彩手作體驗內容



商圈嘉年華-手作體驗區



商圈嘉年華-大型扭蛋機



商圈嘉年華現場活動照片



商圈嘉年華現場活動照片



Yahoo 奇摩超級商城線上專區



Yahoo 奇摩超級商城線上專區
活動現場立牌

(三)臺北友善店家推廣計畫

為提升對國際遊客友善形象，推動台北友善店家推廣計畫，招募熱情具服務熱忱店家加入，以英、日、韓外語友善、行動裝置充電、無障礙友善服務、性別友善、便利支付、素食友善、友善廁所、公平貿易友善、Free WiFi、自行車友善、哺(集)乳友善及穆斯林友善等 14 項友善服務為推廣重點，至 110 年底累計總家數為 671 家友善店家及場館，深入輔導友善店家，並加以行銷推廣，於 110 年 10 月 1 日辦理活動宣傳記者會，於 110 年 10 月 1 日至 31 日辦理「台北好康都有你」創意導客活動，並透過「木曜 4 超玩」泱及阿部瑪利亞拍攝宣傳影片，截至 110 年底，觀看次數逾 139 萬人次，另於 110 年 10 月至 11 月辦理 8 場次「台北友故事」體驗小旅行，帶領民眾走訪「花博」、「民生社區」、「公館」、「愛國東路」、「大稻埕」及「龍山寺」等 6 處本市特色場域，體驗店家提供之暖心服務，吸引民眾前來遊逛，提升友善店家形象及知名度，共同打造友善店家品牌，提供消費者優質的友善服務，形塑本市為友善城市之都。



台北友故事-龍山寺小旅行



友善店家記者會



友我帶你走-大稻埕小旅行



網紅宣傳影片



民生小旅行參與民眾合照



龍山寺小旅行參與民眾合照

因應 COVID 19 疫情之應變與振興方案

一、防疫措施

(一)疫情期間本處公司及商業登記服務櫃檯針對工作同仁及申請民眾之防疫作為如下：

1. 第一線為民服務人員工作時配戴口罩。
2. 定時消毒服務櫃檯公共區域。
3. 提供乾洗手或酒精等消毒防疫物資供民眾使用。
4. 運用櫃檯雙螢幕及跑馬燈進行防疫宣導。
5. 服務櫃檯裝設壓克力防護隔板。
6. 於排隊處劃設安全距離，並調整座位區間隔距離。

(二)針對本市 10 大行業(舞廳業、舞場業、酒家業、酒吧業、特種咖啡茶室業、視聽歌唱業、夜店業、三溫暖業、網咖、電子遊戲場)及萬華 172 家茶室業者發函要求加強防疫措施，配合依下列規定辦理：

1. 室內保持空氣流通。
2. 工作人員配戴口罩勤洗手。
3. 場館管制點放置乾洗手液。
4. 經常接觸面每日落實環境消毒（以 1,000ppm 漂白水）。
5. 場館落實實名制。
6. 落實社交距離或戴口罩。

(三)為因應嚴重特殊傳染性肺炎(Covid-19)疫情警戒升至第三級，出現搶購民生物資情形，於 110 年 5 月 17 日起請本市超商、超市、賣場業者每日回報重要民生物資庫存，並與本府資訊局合作建置本市重要民生物資庫存

量燈號儀表板，於疫情期間每日(含假日)彙整公布，並與經濟部建立聯繫管道，如有供貨不足，即請經濟部協調製造商增加產能，以維持供貨及物價穩定。

- (四)本市自 110 年 5 月 24 日起，所有飲食店、飲料店全面禁止內用、不得試吃、一律外帶等防疫措施，並發布「臺北市百貨、賣場、超市（含百貨附設）維持營運指引」，請本市各百貨、賣場、超市業者落實防疫措施及確診者通報機制。出入口部分，要求入場民眾應全面強制佩戴口罩、實聯制、量測體溫並保持安全社交距離，啟動人流管制(出入口動線分流管制及封閉部分出入口)，並嚴格管控入館人數，館內容留人數以營業面積 1 人 1 坪(3.3 平方公尺)為容留上限，以保持館內人員防疫安全距離。
- (五)公告自 110 年 6 月 7 日起至本市解除第三級疫情警戒為止，本市零售市場、臨時攤販集中場、超級市場及其他綜合零售業（限指家樂福、大潤發、好市多及愛買）實施按身分證字號末碼單雙號進場之人流管制（平日自主分流、假日強制分流）及於特定區域實施交通管制措施。
- (六)因應聖誕節及跨年活動，針對夜店、KTV 等八種特定行業，另以電話加強宣導民眾盡量勿聚集，並配合落實社交距離及配戴口罩措施；進行商業稽查時於現場宣導應確實落實防疫措施；並於稽查時抽查相關實名制措施是否落實，亦要求現場業者確實於消費者入場做好實名登記並要求配戴口罩。本處將視需求會同本府警察局單位進行不定期聯合稽查，以確保場所落實防疫措施。
- (七)為預防疫情擴散，本府 110 年 5 月 17 日公告選物販賣機事業自當日下午 4 時起暫停營業，後因疫情趨緩，本府依中央指引於 110 年 8 月 3 日公告發布臺北市自助選物販賣場所防疫營運指引及其復業申請流程，並自即日起受理業者申請，經市府同意復業者始可對外營運，為營業場所安全嚴格把關，並依中央規定滾動式修正防疫指引，如違反相關規定者依傳染病防治法第 70 條第 1 項第 3 款處新臺幣 3 仟元至 1 萬 5 仟元罰鍰。
- (八)經濟部陸續於 110 年 10 月 5 日公布資訊休閒業和電子遊戲場業、110 年 11 月 2 日公布歌廳、舞廳、夜總會、俱樂部、酒家、酒吧、酒店/廊、理容院等，無陪侍服務者，符合防疫管理得有條件開放，爰本府配合中央經濟部防疫管理指引，陸續公告受理本市資訊休閒業、電子遊戲場業、舞場業、夜店業和三溫暖業復業申請，另酒家業、酒吧業、舞廳業及特種咖啡茶室業等業者，於 11 月 9 日公告受理申請復業，並自 110 年 11 月 16 日起復業。業者於申請復業前，均要求須於場所大門及各包廂申請並張貼台

北通防疫實聯制整合型 QR cord、消防檢修申報符合規定、建築物公共安全檢查簽證及申報合格、從業人員及消費者應完成接種 2 劑疫苗滿 14 天，從業人員並於首次服務前 3 日內另提供快篩/PCR 陰性證明，未完整接種 2 劑者每週需 1 次快篩或 PCR 檢驗、依規定投保公共意外責任險等防疫措施，並經本府各單位現場會勘符合規定，始得復業，積極落實防疫規範。

二、紓困作為

考量本市萬華區為本次疫情受創最為嚴重之地區，於 110 年 7 月 21 日發佈推出「臺北市萬華區商業服務業類型業者紓困措施」，協助萬華區商業服務業類型店家度過艱困疫情，針對獲經濟部商業服務業類型紓困補貼者，給予紓困補貼 2 萬元，如獲經濟部核定補貼金額之 1 成高於 2 萬元時，給予核定補貼金額 1 成加碼紓困補貼；另為協助萬華區於 110 年 5 月至 6 月間新設稅籍之批發、零售及餐飲業者，因無 110 年 3 月至 4 月之營業額可比對，致使不符 110 年經濟部辦理商業服務業紓困補貼申請資格，給予紓困補貼 1 萬元。本處針對核定符合新設稅籍之批發、零售、餐飲業店家及獲經濟部補貼業者資料彙整核撥清冊，於 111 年 1 月完成全數撥付，全數核定計 4,434 家，撥付總金額計 9,960 萬 4,000 元。

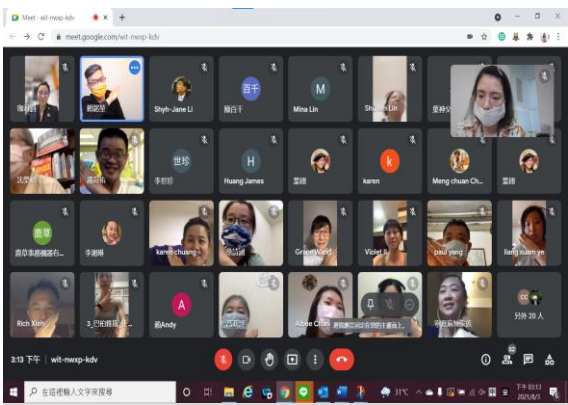
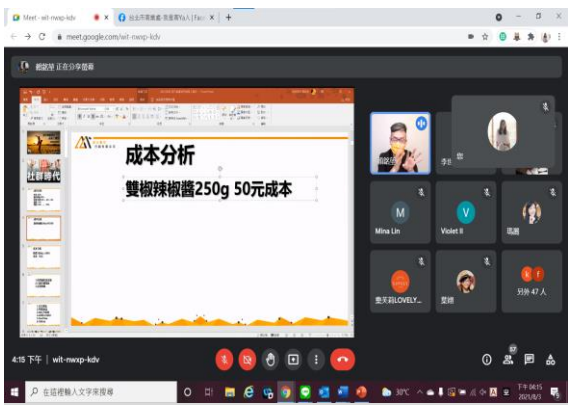
三、輔導轉型

(一)臺北美食產業轉型推廣

於 110 年 7 月 16 日至 8 月 15 日辦理「台北美食，我來支持」活動，輔導本市餐飲業者與 12 家外送、外帶平台業者合作，協助至少 1,134 家店家轉型升級，一方面推廣各平台提供本市餐飲店家與萬華區業者合作優惠共度疫關，另一方面運用平台優惠回饋促使民眾提高線上消費動機，享用本市餐飲美食，並導入防疫作為轉型振興，同時帶動本市 15,000 家次消費商機，與餐飲店家共同度過這疫關。

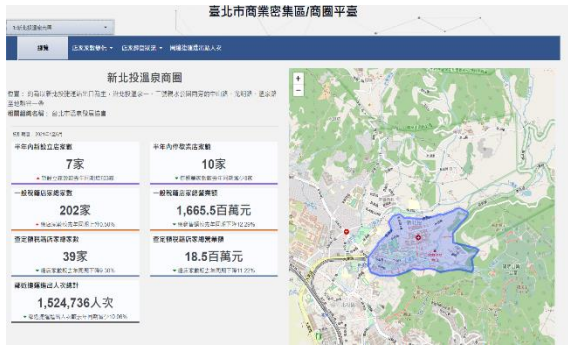
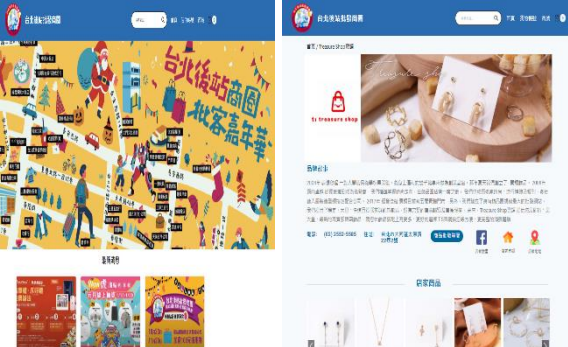
(二)輔導實體店家運用多元線上行銷

為因應新型態商業模式及商圈發展多元挑戰，強化本市商圈店家多元行銷能力，於 110 年 7 至 8 月辦理 3 場次線上提升經營能力進階課程，包含透過開設創業創新思考、數位視覺包裝經營、社群行銷與數據分析及 OMO 集客策略等課題，以提升商圈數位零售技能，增進商圈經營優勢與競爭力，共 120 人次參加。

	
線上課程實況	即時 Q&A 互動

(三)商圏資源盤點及深度輔導計畫

於 109 年 6 月起進行本市商圏盤點作業，並於 110 年持續滾動式更新商圏基礎資料；另於 110 年擇選後站、華陰街及重慶南路書店 3 處示範商圏進行商圏店家經營輔導及科技運用導入服務及研發創新行銷模式，另甄選出 6 間店家，進行虛實整合(O2O)行銷輔導，協助商圏及店家數位轉型，發展多元行銷管道，提升其競爭力。

	
戰情室平台互動式網頁	後站商圏商城
	
「2021 重南商圏購物節」記者會	華陰街直播銷售

四、振興方案

(一) 辦理消費抽獎振興方案

以「110 年度臺北市提振商圈商機計畫」於 110 年 11 月 2 日至 111 年 2 月 15 日辦理為期 3.5 個月「2021 台北購起來」消費抽獎行銷活動，透過全市性消費抽獎活動，串聯本市店家共同參與，另招募本市破千家特約店家提供折扣優惠，規劃日日抽、週週抽、月月抽、萬華加碼月月抽、總抽等豐富獎項，希冀透過整合政府與民間資源共同合作刺激消費，以達吸引民眾至北市遊逛消費，促進本市商業活絡發展。

活動註冊參與人數逾 15 萬人(綁定雲端發票會員數超過 5.5 成)、發票及收據登錄張數超過 324 萬張、登錄金額達 53.9 億元以上，有效活絡振興本市商機。



豐富活動抽獎獎項吸引民眾參與



豐富活動抽獎獎項吸引民眾參與



第 1 波月月抽記者會



2021 台北購起來首波一日店長活動



萬華直播宣傳活動現場



加蚋商圈知名美食推廣



第 2 波月月抽記者會



第 2 波月月抽記者會



台北購起來總抽獎活動



臺北市商圈產業聯合會洪文和理事長(右)、市長(中)、產業局林崇傑局長(左)抽出亂數號碼

(二)辦理提振商機及促銷活動

1. 110 年 9 至 11 月辦理 10 場次商圈職人夏令營導覽遊程，讓民眾前往 14 處商圈遊逛，行銷推廣，並於 10 月辦理主場活動，於台北 101 水舞廣場以「玩轉商圈一起購」為主題舉辦商圈嘉年華活動，強化商圈品牌意象，形塑本市商圈特色。



商圈職人夏令營-後站華陰街



商圈職人夏令營-貓空



商圈職人夏令營-沅陵 X 書街



商圈職人夏令營-中華 X 北門



商圈職人夏令營-朝陽大稻埕



商圈職人夏令營-寧夏



商圈職人夏令營-晴光



商圈職人夏令營-新北投



商圈職人夏令營-天母



商圈職人夏令營-士林

2. 110 年 8 至 12 月共輔導 36 處商圈自主辦理商圈特色活動，補助金額共 2,000 萬元，透過串聯商圈店家、周邊產業及異業結盟方式，共同促進商圈發展，提升臺北市商圈競爭力。



大直商圈
「2021大直享樂生活e集送」



貓空商圈「2021貓空孝道傳承感恩封茶暨
冬至迎茶神」



台北市北門相機商圈發展協會
2021 暑假拍樂趣暨台北市跨商圈異業合作攝影比賽



台北迪化商圈發展促進會
大稻埕神農香囊



台北迪化商圈發展促進會
第二屆「在加生活節」系列活動



台北市承德汽車商圈發展促進會
第 12 屆承德好車線上公益嘉年華- 一台好車
漫遊人生



台北市南昌家具街發展協會 2021 南昌家聚節



台北市圓山商圈發展促進會
好食好樂 圓山町「圓山防疫包」



台北市愛國東路國際婚紗街發展協會
「我們都要幸福喔」活動