

臺北市商業處施政報告

資料截止日期：110年3月31日

資料更新日期：110年4月30日

專責人員：胡幸安 職稱：科員

電話：(02)27208889-1336

E-mail：cx_15196@mail.taipei.gov.tw

重要施政成果

重要成果

一、本市商業登記概況

迄110年3月底止，本市獨資、合夥商號登記家數計59,525家，公司登記家數計180,393家，總計家數為239,918家，較109年同期增加0.79%。

二、商業管理業務

(一) 109年9月1日至110年3月31日止執行商業稽查共2,394家次，其中十大行業稽查375家次，一般商業查察2,019家次，分佔總稽查家次之15.7%及84.3%。

(二) 110年1月1日至110年3月31日止查獲違反商業法令規定計有1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，截至3月底，商業處計收繳罰鍰10件，罰鍰收繳金額新臺幣(以下同)140,000元，金額收繳率60.87%。

(三) 行政罰鍰收繳以前年度部分（93~109年）：
商業處帳列應收未收罰鍰3,484,565元，110年截至3月底收繳1,087,198元，另取得債權憑證4,963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135家、資訊休閒業56家、電子遊戲場業9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110年3月底合法十大行業應投保家數182家，已投保182家，投保率100%。

三、消費者保護業務

109年9月1日至110年3月31日止共受理消費爭議申訴案件2,129件，其中商品類1,444件，服務類685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

109年9月1日至110年3月31日止辦理商品標示抽查件數共

5,095 件，不合格者 1,037 件（其中 549 件移外縣市），不合格率 20.35%，其中包括配合經濟部辦理商品專案抽查共 3,862 件，不合格者 666 件，不合格率 17.25%，另受理外縣市移送標示不合格案件計 611 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

109 年以「台北幸福味」為主題，推薦 20 家幸福味餐廳，因應疫情影響，擴大整合 21 家外送、美食平台及便利支付業者辦理「台北美食月不斷送」活動，超過 15,000 家次本市餐飲店家參與，帶動美食業轉型升級，創造餐飲新商機。另結合數位旅遊平台 KLOOK 設立專區，透過平台 Blog 專欄文章及宣傳影片行銷；並於 4 家新興媒體妞新聞、女生日常、愛貝克、輕旅行露出餐廳，藉由圖文介紹讓民眾感受到「台北幸福味」，進而親至餐廳享受餐點及氛圍。110 年預計以「美食在台北」建立主題品牌，並以「台北餐廳招牌菜」、「台北美食月」2 項活動持續推廣台北美食。

六、「台北好時尚」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，「2020 臺北 TOP 時裝設計大賞」初選評選出 10 位設計師，於 109 年 8 月 18 日舉辦法賽暨動態時尚秀，由評審團選出金獎、最佳市場潛力獎、最佳版型運用獎及最佳布料應用獎之得獎設計師，另為提升民眾進一步對品牌設計與時尚發展趨勢認識及協助提升設計師知名度，共辦理 2 場論壇、1 場靜態展及 2 場媒合會，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；110 年將持續辦理「2021 臺北 TOP 時裝設計大賞」，提升本市優秀的設計師之能見度，並躍上國際舞台。

七、特色產業節慶推廣

以「繽紛耶誕玩台北」為主題，於 109 年 11 月 27 日至 110 年 1 月 3 日整合本市 15 家百貨業者及 4 大特色商圈共同行銷，以胖卡專車巡迴快閃百貨及商圈，並透過大商圈帶小商圈模式，利用節慶話題及民眾參與機制，創造聚客景點，串連行銷特色產業，並透過商業合作提高產業能見度，進而提升產業能量、活絡本市商機。整體活動期間各家百貨聯手挹注資源逾 3,000 萬元，吸引參與人數超過 300 萬人次。

八、特色產業再造

109 年持續推動店家再造，協助本市特色店家升級轉型與提升競爭

力，甄選出 21 家店家進行輔導，透過顧問團隊輔導店家改造、升級、創新、轉型，並舉辦系列行銷活動宣傳成果，建立產業標竿，由點線面逐步推展，帶動產業及業者自我提升。

九、友善店家推廣

為吸引旅客到商圈遊逛提供友善服務為重點，至 109 年 12 月底累計 688 家友善店家及場館，並結合 google 地圖建置友善店家網站中、英兩種版本，方便民眾查詢友善店家。109 年以深入輔導友善店家為主，邀請知名網紅插畫家當肯，並於 109 年 8 至 10 月推出「當肯帶你走」消費集點活動，拍攝年度行銷影片逾 58 萬瀏覽人次，另結合 5 位網紅於 109 年 6 至 9 月辦理 7 場友善店家小旅行，加強推廣友善店家，共 108 位民眾參與，民眾自媒體好友數或追蹤數總計逾 2.9 萬人，5 位網紅好友數或追蹤數總計逾 150 萬人，打造友善店家品牌，形塑本市為友善城市之都。

十、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。109 年補助 9 場活絡產業及 3 場獎勵表揚活動，補助金額共計 600 萬元，皆已辦理完畢，促進產業活動刺激店家來客數成長 50.9%、營業額提升 33%，獎勵表揚活動共表揚 196 家店家及 195 位從業人員；110 年度預計補助 9 場活絡產業及 3 場獎勵表揚活動，補助金額共計 600 萬元。

十一、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

109 年度持續透過「臺北市提振商圈發展補助計畫」協助商圈自主辦理 33 場商圈行銷活動，補助金額共計新臺幣 2,000 萬元，並安排專家學者委員於活動執行前中後進行陪伴、訪視及考核，以落實輔導商圈自主發展目標，後於總顧問團會議選出 7 處績優商圈進行表揚，鼓勵本市商圈相互學習，持續精進活動辦理及相關行銷推廣，共同活化商圈經濟。活動執行期間平均營業額提升 34.79%，平均店家來客數提升 41.6%，110 年補助金額共 2,000 萬元，預計輔導本市商圈辦理 36 場行銷活動。

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 年度完成 17 項工作項目，109 年總計 18 項工作項目已完成 12 項，如瑠公公園景觀改善、敦化南路 1 段 160 巷及 161 巷跨路串連，及輔導協助東區商圈協會共同辦理系列串聯行銷活動，餘硬體設備及公共空間規劃於今(110)年持續推動。

為讓民眾有不同的商圈遊逛體驗，結合東區特色 9 大街區巷弄店家，於 109 年 9 月 27 日於大安路 1 段封街結合中秋佳節，與東區商圈協會共同合作辦理「東區有佳節一起 CHILL」活動，串聯近 20 間東區燒烤店家及各式美食餐廳打卡送優惠，並在主街上設置數十隻發光搗蛋玉兔裝置藝術，營造節慶氛圍；另為帶動東區商圈繁榮發展，109 年 11 月 5 日至 11 月 16 日辦理「東區商圈週年慶」活動，集結東區商圈超過 230 家店家參與活動，祭出多重好康打卡享優惠，吸引逾 13 萬人次前往東區遊逛；另於 109 年 12 月 24 日至 110 年 3 月 7 日辦理「東區漫步在雲端」，裝飾各種療癒夢幻雲朵，透過燈飾和雲朵的巧妙搭配以三種不同的氛圍主題，讓民眾感受天空在不同時間的色彩與光影變化，營造街區巷弄浪漫驚喜氛圍，以活絡東區發展。

今年持續收集東區商圈協會及當地意見，總計 18 項工作項目，針對軟硬體設施進行改善，如東區公共空間整體規劃及東區地下街通道廣場等公共區域重新打造設計，另為持續推廣東區商圈特色定位及商圈未來發展方向，將透過 2 場特色指標性推廣活動，宣傳東區特色定位及行銷推廣店家知名度，以活絡東區商機並思考東區商圈長遠發展及城市行銷應有之脈絡。

另查東區商圈空店數，已從 108 年 2 月的 242 家降至 12 月的 134 家，而受疫情影響，109 年 3 月攀升至 159 家，惟後續透過市府及地方商圈努力下，今年 3 月空店數下降至 113 家，透過本府各局處資源，型塑東區商圈特色，並打造東區新意象，以吸引人潮前來遊逛。

(二) 臺灣年味在臺北

以「好好過年-傳遞心時刻」為主題，透過與大稻埕出生的紙雕藝術家一成若涵合作，藉由對於九大特色商圈的詮釋，傳遞家人、戀人及夥伴間的祝福與思念。因應新冠肺炎疫情取消實體活動，並強

化線上行銷活動，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、中華路影音商圈及永康商圈等 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等兩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。

(三) 商圈嘉年華-台北生活祭

109 年於 7 月至 9 月辦理 9 場次商圈職人夏令營導覽遊程，讓民眾前往 13 處商圈遊逛，並透過 6 位網紅行銷推廣商圈特色；另於 10 月 16 日至 10 月 18 日於圓山花博公園長廊廣場辦理「商圈嘉年華-台北生活祭」活動，以「商圈職人製造所」為主題，將展區分為「吃貨職人」、「生活職人」、「風格職人」等區，透過體驗式行銷，強化商圈品牌意象，形塑本市商圈多元特色。計有 21 處商圈及 71 家以上特色店家參展，3 天展期預計吸引約 14 萬名民眾參加，創造約 4,200 萬元的營業額。

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