

臺北市政府第23屆觀光委員會 第3次會議（112年第3次）會議紀錄

壹、開會時間：112年12月28日（星期四）14時00分

貳、開會地點：臺北市政府11樓吳三連廳

參、主席：王秋冬 局長

紀錄：黃培菁

肆、出/列席人員：如簽到表

伍、會議紀要：

一、全體委員為葉明水委員默哀1分鐘

二、「2024台北燈節」簡報：(略)

三、「2024台北活動年曆」簡報：(略)

四、委員意見交流：

(一)劉家豪委員：今年台北101跨年煙火主題為「彩色世界」，除台灣煙火外，亦有適量採購日本煙火。日本煙火顏色鮮豔、有層次，效果看起來會更加 colorful，剛好看到燈節意象也很彩色，更可彰顯疫情後跨年，希望大家回到多采多姿生活的意象。

(二)沈方正委員：

- 1.能固定地點舉辦活動是非常好的想法，如果時間也能固定就更好，方便外地旅客安排行程。
- 2.燈節辦在西門町很好，並建議可將東側靠漢口街、衡陽路、武昌街、開封街這邊較少人的區域活絡，利用九小龍巡遊路線將這區活絡，這邊其實很多美食及特色街區；行銷方面，希望媒體宣傳時也能多多介紹這區。
- 3.文化局的文化小旅行路線，建議可多找些華人地區(如馬來西亞、香港、澳門、新加坡)的 youtuber 介紹、拍攝開箱影片，可使重遊台北這個主題更深入。

主席回覆：文化小旅行36條路線是由文化局規劃景點、觀傳局設計遊程，並以中、英、日、韓多國語言行銷，謝謝委員建議，我們會再和文化局討論。

(三)陳怡璇委員：

- 1.對旅行業者而言，推廣方向一定要定期、定點才最好。我們過去曾邀請越南網紅及部落客來台灣推廣，但僅以業者身分推動廣告行銷力量薄弱，希望未來可借用觀傳局及各位委員的力量，邀請

各國籍網紅來台灣，對於提供住宿券或幾日遊等方式，吸引其來台灣，相信業者都願意合作。

2. 陽明山未來也可以設計一個環保或健走行程，或與其他國外的山做姊妹山交流，除車子外，人也可以走，可照顧到士林區、北投區；而像南港也已經有世界各地世貿展的優勢。燈節區域擴大是很好的，如同沈委員提到西門町有些地方(如開封街)真的很偏僻，如今年來不及擴大辦，明年也可以儘可能把燈籠掛遠一點，讓那些商圈覺得有被照顧到。
3. 建議台北可以辦設計展，讓台北成為如米蘭一般的城市。台灣很多國內品牌是非常好的，但缺少政府推廣，不論是衣服還是家具，我們可舉辦設計展，提攜年輕設計家走向世界，並建議呈現於活動年曆中，以加強對國內外推廣。

陳俊安委員(許維倫專委代)：

1. 台北市政府已辦理台北設計獎超過10年，並且向國際徵件，同時規劃有不同類型的獎項，包含工業設計類、視覺傳達設計類、公共空間設計類等，徵件比賽活動結束後也會就入圍及得獎作品辦理展覽。至於委員所提的服裝設計展的部分，市府文化局及商業處每年也都分別有辦理台北時裝週的展演及台北好時尚的競賽活動。
2. 旅遊網目前放的是較大型活動，委員的建議我們可以另外思考如何呈現。
3. 關於各行政區平衡發展部分，我們可思考如何擴大點，如12個行政區有12個燈區，透過活動設計，不同行政區可於不同時間舉辦主題活動，民眾就可跨區參加，達到區域平衡效益。

主席回覆：113年五千人以上的活動在台北市有40幾個，活動很多，我們希望慢慢整合，讓大型指標性活動先出來，再加以小活動串連，讓大家覺得台北有很多地方可以玩。如日本遊客可能覺得來台北很多次了，沒新鮮感，我們會開發文化小旅行推廣台北深度之旅。

(四)周水美委員：

1. 今天看到簡報非常感動，做了那麼多屆觀光委員，感覺今年燈節簡報特別用心，也做了許多台北市活動彙整。我非常贊同燈節固定地點、固定時段辦理，台北燈節是六都中最具品牌的燈節活動，可帶動旅遊活動及在地商圈店家生意。如日本祭典(祭り(matsuri))，固定特色活動才能帶動當地旅遊、商圈及店家，並了解在地居民生活。
2. 疫情期間西門町損失慘重，本次燈節除在西門町本區中華路以外，建議擴展到沅陵商圈、北門商圈、中華影音商圈及重南書街

商圈，尤其重陽街這邊有些店家都改開小型旅館，對這裡的旅館產業非常重要。萬華區最熱鬧的是西門町商圈，但在龍山寺這邊的商圈，到和平西路、漢口街、開封街這邊則沒那麼繁榮，期待未來燈節能擴大辦理。

- 3.12個行政區現在已經有約60個商圈組織，很多商圈都是很有特色的，萬華區可連結隔壁中正區、大同區，希望這次燈節能一起帶動大同區及中正區商圈。另不管是優惠券、行動支付等，商圈都可以配合提供折扣。
- 4.這次燈節把時間延長成本一定很高，希望相關大企業、店家、旅館、航空公司都能贊助燈節，如同新北耶誕城活動。
- 5.西門町本身是很熱鬧繁華的商圈，猶如日本新宿，年輕人很喜歡；但除年輕人外，燈節也應考量其他族群友善，如台北溫泉季特別為行動不便之民眾規劃一區看撞神轎。
- 6.希望觀傳局除自己活動外，也能與其他局處如文化局、商業處、產發局活動連結，互相宣傳，讓更多市民及旅客了解。
- 7.台北市國旅較少，中南部遊客通常認為台北費用較高，觀傳局宣傳時可強調中南部沒有的景點。
- 8.建議台北燈節 Logo 未來可為固定，持續使用，以打造活動品牌。

觀傳局回覆：

- 1.針對身障朋友，賞燈動線我們會全區走過，確保全區無問題；舞台表演部分將再與廠商溝通規劃一個無障礙朋友的觀賞區域。目前 Logo 上的「2024」設計小小的，希望未來可調整年度即可，以利品牌經營及開發周邊。
- 2.在國旅推廣方面，本局每年都有邀請中南部旅行業者到台北較少人去的地方踩線，也都會去發掘新的景點，旅行業者回饋都不錯。較大困難為舉辦大型活動時台北附近房價都很貴，所以旅客都去住外縣市，希望未來能在飯店業有所突破。

(五)潘思亮委員：

- 1.很認同燈節定時定點，可再思考如何延伸優勢，因畢竟還是只有一區，一個是從點變成線面，另一是從時間軸延伸。如越南會安古城，每天黃昏後固定點燈，觀光客就會因此而去。台北燈節有兩個階段，可將光環境延長期間，讓大家知道以後來台北有個地方可以去，變成一個365天的固定特色，像新加坡的天空樹；又如大縱走，可利用比賽或節慶打造一個面狀、常態性意象，不用擠在一兩天。
- 2.第二個是定位問題，台北美食目前定位在夜市，但其實台北是全世界排名前五名的美食城市，但較缺乏宣傳，故建議辦一個台北

美食節，進行國際宣傳，重新定位台灣美食是包羅萬象的，不是只有夜市，真正建立台北為亞洲美食之都地位。

- 3.第三是關於國際行銷，燈節可加強國際行銷，被全世界看到(如心中山區變全世界最酷的區之一，可多加宣揚)。

主席回覆：

- 1.我們再評估如何讓光環境延續，也許沒辦法整個晚上，但或許可以兩個小時左右變成我們之前提到夜間經濟的一環。
- 2.另有關定位部分，今年勞動局與餐飲工會也有辦理廚藝爭霸賽，我們會再研究活動可否對觀光行銷有幫助，而非僅是一次性活動。
- 3.關於國際行銷部分，資源大多在觀光署，雖然我們預算較有限，我們會大力支持中央並積極參與，希望入境的旅客能到台北來。另2023全球百大旅遊城市出爐，台北從48名進步到28名，期待透過國外媒體讓大家更瞭解台北的存在；今年按照觀光署統計，來台旅客亦有八成都會到台北來，顯示我們在國際旅客部分有一定成果。

(六)張國煒委員(聶國維公關長代)：

- 1.關於如何推廣台北燈節，我曾把國外經驗提供陳前局長，很高興燈節能延長時間、定點呈現，這是第一步；接下來應思考如何利用人潮搭配活動及美食，讓燈節更精彩、旅客有實質收穫。
- 2.英國在每年七月，百貨都會推出促銷，主要街道人山人海；台灣的促銷時間則是各百貨不同，建議台北可呼籲各百貨統一期間，從一個區域如台北東區、西門町開始，慢慢擴大，除吸引中南部旅客，也可吸引大量海外觀光人潮。並建議促銷季可拉長到一個月，不要幾天就停，商家可將促銷品拿出來銷售，亦會樂於配合。期間則建議在九月，因那時開始進入淡季，我們航空公司也可協助行銷。

主席回覆：

- 1.我們一直在進行燈節結合商圈，市長亦有特別提到希望商圈可配合燈節提供優惠券、折價券增加民眾消費能力，我們會朝這部分努力。
- 2.百貨公司促銷時間整合是很好的構想，公部門可出面整合、找業者討論，作為行銷亮點，市府可協助宣傳。

(七)張淑逸委員：關於外籍人士入境其實會展部分占相當大部分，建議市府可將觀光年曆提供會展主辦單位參考，邀請他們參展完還可以參加其他活動。

主席回覆：我們最近已開始蒐集公私單位辦的活動來一起宣傳，來

參加 MICE 的旅客我們也可主動提供遊程。另剛剛提到燈節要延續效益，我們可能可以設計相關遊程，與燈節地點結合，把點擴大，讓旅客可外溢到台北各區景點。

陸、結語：感謝各位委員的寶貴意見，並邀請各位到西門町參觀台北燈節。

柒、臨時動議：無

捌、散會(15時28分)

臺北市政府第23屆觀光委員會第3次會議

時間：112年12月28日(星期四)14時00分

地點：市政大樓11樓吳三連廳

主席：王秋冬委員(兼執行長)

紀錄：黃培菁科員

單位	職稱	姓名	簽名
臺北市政府 觀光傳播局	局長	王秋冬	台北通簽到
臺北市政府 產業發展局	專門委員	許維倫(代)	台北通簽到
		潘思亮	台北通簽到
		張淑逸	紙本簽到
		劉家豪	台北通簽到
		沈方正	台北通簽到
		周水美	台北通簽到
		陳怡璇	紙本簽到
		聶國維(代)	紙本簽到
		賴憲助(代)	台北通簽到

會議代碼:1128107497