

臺北市議會第 13 屆第 1 次定期大會

臺北市政府觀光傳播局 工作報告

報告人：觀光傳播局 局長劉奕霆

中華民國 108 年 4 月

目錄

壹、前言.....	1
貳、重要施政成果.....	4
一、海外城市行銷與觀光推廣.....	4
二、國內旅遊與景點推廣.....	7
三、大型系列活動塑造城市品牌.....	12
四、旅遊資訊與服務升級.....	16
五、建構安全友善旅遊環境.....	18
六、多元市政宣傳質量並進.....	19
七、促進傳播產業發展.....	22
參、未來施政重點.....	24
一、籌辦大型系列節慶活動.....	24
二、國內外觀光整合行銷及會展產業推廣.....	24
三、精進旅遊資訊與服務提供.....	26
四、旅宿業管理與輔導.....	27
肆、結語.....	29

壹、前言

第一召集人、第二召集人、各位議員女士、先生：

欣逢 貴會第13屆第1次定期大會開議，奕^璽很榮幸列席向各位議員女士、先生報告觀光傳播局107年下半年重要施政成果及未來施政重點；在此謹代表全體同仁對 貴會長期以來鼎力支持與監督指導，使本局暨所屬臺北廣播電臺業務得以持續精進並順利推展，致上由衷謝意。

觀光推廣與市政行銷為觀光傳播局兩大使命，過去1年本局著重整合與強化自媒體宣傳，並透過平面、電子、戶外等媒體廣告等方式辦理國內外行銷，將臺北市多元豐富的觀光及市政資訊傳遞給國內外民眾。同時，強化產業環境，積極與飯店、旅遊、交通及會展等相關產業業者合作，秉持產業化、國際化與在地化三大原則，推動臺北市觀光發展。

從旅客數量來看，中國大陸旅客到訪臺灣的數量，自105年起已經連續3年下滑，其他主要客源地區如港澳、韓國在107年也出現微幅負成長，而日本在107年小幅成長3.7%。但相對地，東南亞旅客則成長迅速，107年菲律賓成長幅度超過44%、越南成長達28%、印尼成長超過11%，總體而言，東南亞旅客在107年成長了13.7%。

面對這樣的客源變化趨勢，如何吸引更多旅客到臺北、刺激旅客消費更多，並提高旅客重遊率，是本市目前面臨的主要觀光課題。本局一方面積極辦理大型城市品牌

系列活動，在活動呈現方式上追求創新與國際化、產業化、在地化，期創造觀光亮點吸引國內外旅客關注，同時刺激周邊產業商機。另一方面，致力於提升海外客源市場對本市的認知與理解，透過旅展、旅遊推廣會、踩線之旅、當地名人代言等方式，期促使更多海外客群選擇到本市旅遊。

成功的節慶活動不但可吸引國內外觀光人潮，也是城市行銷與促進區域發展的重要推手。自 107 年暑假起，本局連續辦理河岸童樂會、河岸音樂季、國慶花車遊行、跨年晚會，至今年甫結束不久的 2019 臺北燈節、2019 臺北杜鵑花季，皆致力秉持國際化、產業化、在地化等原則，期透過大型觀光活動塑造臺北市城市旅遊品牌，開創觀光新亮點，呈現在地特色，吸引越來越多的民眾參與，也積極聯合民間團體與店家，刺激在地產業經濟，帶動周邊產業發展。

在城市旅宿環境的提供方面，除推動及輔導本市旅館升級，提升住宿安全與服務品質，並辦理旅館設立諮詢與輔導非法旅館轉型、協助觀光活動與旅宿業結合，以帶動觀光需求。為有效取締違規非法旅宿，保障民眾生命財產安全，本局持續與知名網路訂房平台合作，凡被查獲為非法旅館並裁處的名單，將自網路下架或鎖住房源，消費者並無法自網站訂房；而部分遭裁處歇業的非法旅館如被迫停業，平台業者也將協助消費者轉至其他安全合法之住宿場所，以確保消費者權益。

而為提供旅客方便易得的觀光旅遊與住宿資訊，本局以智慧服務整合觀光資訊為概念，全新改版臺北旅遊網及

「現在玩臺北」APP，除了語版的擴充與介面及設計的改善，並不斷增加新主題，例如建置電子地圖供旅客便捷查詢景點、美食與自訂行程，更與臺灣華特迪士尼合作開發「米奇趣遊臺北」集章功能。

以下謹將本局暨所屬臺北廣播電臺於 107 年度下半年迄今重要施政成果及施政重點，報告如後，敬請各位議員不吝賜教！

貳、重要施政成果

一、海外城市行銷與觀光推廣

雖最大客源市場中國大陸呈現萎縮趨勢，整體而言前來臺北市旅遊之外籍旅客仍持續增加，107年來臺北市旅客計1,006萬0,743人次，其中東南亞各國旅客人次成長亮眼，菲律賓成長44.13%，越南旅客成長28.03%。本局針對鄰近周邊國家成熟市場如日韓陸港、新興市場如東協、中東等客源，透過包裝具臺北特色之自由行產品、於目標市場辦理觀光推廣活動、名人及知名部落客踩線等，吸引旅客到本市觀光。

(一) 海外推廣臺北自由行

除針對成熟市場如日、韓加強行銷，提升重遊率，亦持續至新加坡、馬來西亞推廣穆斯林旅遊，並將穆斯林目標族群擴展到東協各國及中東地區，以吸引更多國際旅客，開拓旅遊新商機。107年針對日、韓、東協十國、中國大陸及香港等目標市場執行各項行銷及推廣活動，推出「Fun Taipei」自由行優惠專案，下半年主要執行標的如下：

- 1、日本：107年結合日本JTB旅行社及長榮航空公司等合作包裝「Feel Taipei」旅遊產品專案，7月至11月推出限定版手冊、交通票卡、手繪提袋等限定來臺禮5,000份，以吸引日本自由行旅客來臺觀光。107年9月19日至23日參加東京旅展，舉辦觀光推廣記者會及Taiwan Plus等活動，邀請日本藝人加藤和樹出席推廣臺北觀

光。另107年8月3日參加日本「2018弘前睡魔燈籠祭」、12月14日至25日參加大阪光之饗宴，辦理臺北燈節推廣事宜。

- 2、韓國：以「好吃+好玩=Fun Taipei」為主題於8月下旬赴首爾辦理「Undiscovered Taipei」冬季產品發布記者會，邀請明星劉以豪分享臺北旅遊行程，同時提供業者洽談本市店家優惠、與旅行業者合作推出臺北自由行產品1萬份，以吸引韓國旅客來臺北觀光。
- 3、東協十國：推出臺北自由行產品，印尼4,500份、菲律賓4,500份、泰國6,500份、馬來西亞1萬1,500份、新加坡6,000份。8月22日至25日邀請馬來西亞名廚法斯力及媒體來本市踩線，體驗臺北的穆斯林友善旅遊環境，並於8月23日舉辦歡迎會。9月3日至9日赴越南胡志明市參加推廣會及國際旅展。9月13日至15日赴馬來西亞吉隆坡舉辦旅遊產品發布記者會及民眾見面會。9月18日至21日邀請泰國變裝皇后來本市踩線，並於9月20日舉辦歡迎會；10月26日至泰國曼谷辦理產品發布會及「1日快閃臺北館」活動，並邀請臺北多家知名業者共同參加推廣。另邀請越南部落客及媒體團分別於11月28至12月2日及12月1日至3日來臺北踩線。
- 4、中國大陸、港澳：本局105年起與上海旅遊局合作辦理旅客互訪計畫，107年下半年持續辦理臺北微旅行觀光推廣活動，邀請兩地旅遊媒體互訪、辦理兩岸旅行業(販售郵輪產品業者)交流媒合會及兩地行銷推廣事宜。9月8日參加

上海「微遊雙城」推介會，以「閱讀上海，玩味臺北」做為推廣主題，強調旅行是一種生活方式，可以細細體會與品味旅程。10月22日至26日參加2018上海SeaTrade亞太郵輪大會，瞭解亞太地區郵輪市場發展。

- 5、參加亞洲旅遊推廣會議CPTA (Council for Promotion of Tourism in Asia)：107年第16屆會議於9月5日至10日由越南河內主辦，9月6日及7日為聯合會議，9月8日及9日為展覽活動。本次共有吉隆坡、河內、雅加達、臺北、東京、馬尼拉等6個城市代表出席，會議結束後共同發表聯合宣言，本局代表並於大會中發表本市推廣Undiscovered Taipei品牌及臺北觀光現況。
- 6、結合國際知名品牌行銷：透過國際知名品牌對本市的評鑑，例如米其林發行臺北紅色指南、萬事達卡新月評等介紹本市穆斯林旅遊友善設施等，加強於海外行銷宣傳，建構當地媒體與民眾對本市的好感度，並在相同議題上結合當地知名部落客或網紅強化對本市旅遊的美好印象。

(二) 推廣及贊助本市MICE (國際會議、展覽及獎勵旅遊) 產業

1、推廣本市會展產業：

9月18日至20日赴泰國曼谷參加「2018亞洲獎勵旅遊暨會議展」(IT&CMA)，藉由亞洲年度MICE盛會，爭取更多東南亞國際買家關注，透過洽談及媒體記者會，向國際買家推介臺北市多元獎勵補助、雙層觀光巴士、北北基好玩卡(Fun Taipei Pass)及米其林美食。

2、會展活動（MICE）贊助：

107 年 MICE 贊助案審查會議，總計協助國際會議、展覽及獎勵旅遊案件共 142 件，較具特色或代表性之活動如：「2018 臺灣國際智慧能源週論壇」、「臺灣國際雷射展」、「2018 國際生醫新創論壇」、「2018 臺灣電子遊戲機國際產業展」、「2018 國際半導體展」及「2018 亞洲媒體與傳播大會」等。

（三）形塑臺北為尊重多元文化之國際友善城市

推廣穆斯林旅遊及提升穆斯林友善環境，除率先於本府市政大樓設置祈禱室、廁所裝置淨下設施外，並針對穆斯林市場製作友善穆斯林文宣，目前臺北旅遊網及「現在玩臺北」APP 皆已開發印尼語版本，並設置穆斯林友善旅遊網頁。另鼓勵臺北市各旅館、餐廳業者申請穆斯林友善認證。

二、國內旅遊與景點推廣

（一）以多元方式推廣城市旅遊，提升臺北主題遊程活動參與人次

1、107 年 10 月以「大埕小事」為主軸，推廣大稻埕不同的觀光休閒體驗活動，並協助整合行銷大稻埕在地相關展覽與活動，包括：大稻埕國際藝術節、大稻埕秋穫季等系列活動。10 月號《台北畫刊》亦特別發行「大埕小事」專刊，介紹大稻埕街區保存的歷程、傳統產業的轉型故事等。另為鼓勵影視產業用鏡頭行銷宣傳臺北，本局結合導演葉天倫《雙城故事》電視影集，自 107 年 10 月 14 日至 11 月 12 日於拍攝地大稻埕「合勝

堂」重現中藥鋪場景，運用情境佈置規劃拍照打卡點，成功行銷在地特色，期間觀展人次突破 2 萬 5,000 人次。

- 2、美食觀光推廣：107 年 8 月發行由知名美食作家焦桐撰寫之《味道臺北舊城區》英、日文版本，介紹艋舺、西門町、大稻埕、大龍峒等舊城區特色美食，讓外籍人士亦能進行一場臺北舊城區的深度美食之旅。
- 3、參加旅展及觀光推廣活動：107 年 11 月 23 日至 26 日參加臺北國際旅展，以「你所未見的臺北/Undiscovered Taipei」城市品牌識別為主題籌組臺北館，展館運用光的元素結合臺北四大城市節慶活動，以新舊交融的手法，結合西區大稻埕傳統意象與東區時髦流行的創意臺北，傳遞出煥然一新的臺北意象。另結合潮牌 STAYREAL 團隊，打造「你所未見的臺北」城市聯名商品，郭元益「你所未見臺北 x 熊讚 Bravo」芒果酥也首度發表亮相。根據大會統計，4 天旅展共計 37 萬 6,733 參觀人次。

(二) 提升台北探索館及梅庭知曉度，舉辦特展及行銷活動增加參觀人次

台北探索館除持續辦理展館及發現劇場設備定期維護以提升互動展示品質之外，同時規劃辦理行銷活動及特展，以吸引民眾重遊，提升參觀人次，統計 107 年 7 月至 108 年 2 月累計參觀人數為 21 萬 3,075 人次。梅庭亦持續結合北投在地藝文資源推出展演活動，吸引遊客重遊，統計 107 年 7 月至 108 年 2 月累計參觀人數為 40 萬 1,346 人次。

1、台北探索館行銷活動：

「野球風雲錄@台北」特展，以「棒球榮光在台北」為主軸，呈現棒球歷史照片與經典文物，並搭配漫畫家鍾孟舜「職棒英雄」的主題漫畫展，同時於 107 年 12 月 6 日起增加展出中信兄弟隊球員周思齊之棒球收藏並辦理記者會。本特展自 107 年 8 月 10 日開展至 108 年 2 月 27 日閉展，累積總參觀人數計 11 萬 2,000 人次。另，配合 2019 臺北杜鵑花季，今年自 3 月 20 日至 31 日推出「詩情花藝」中華插花藝術展，特別加入本市市花杜鵑花為特展主視覺元素，盛大展出兩梯次共超過 50 件插花藝術作品，並於市府大樓 1 樓西大門展出巨型插花作品。

2、梅庭行銷活動：

107 年 7 月起，「藝起來梅庭」藝文系列活動共有 5 場各具特色的活動及 1 場特展，讓國內外旅客對梅庭留下深刻印象，107 年 7 月至今辦理完成活動如下：

- (1) 7 月 14 日「溫泉鄉的情歌走唱會」，當日梅庭參觀人次約為 2,066 人次。
- (2) 8 月 4 日「北投青春父親節特別音樂會」，當日梅庭參觀人次約為 3,920 人次。
- (3) 9 月 1 日至 12 月 16 日「遇見北投畫展」，期間梅庭參觀人次約為 20 萬 5,813 人次。
- (4) 10 月 20 日「舞出北投浴衣體驗活動」，當日梅庭參觀人次約為 4,676 人次。
- (5) 11 月 17 日至 12 月 16 日（共 10 梯次）「北投鄉村漫遊&彩繪鐵捲門」，梅庭參觀暨活動

人次約為 7 萬 666 人次。

(6) 108 年 1 月 26 日至 27 日「金橘慶喜開筆迎春 in 梅庭」，期間梅庭參觀人次約為 1 萬 351 人次。

(三) 協助觀光巴士營運與行銷

臺北市雙層觀光巴士紅線與藍線目前有 8 部車輛投入營運服務，車內提供中、英、日、韓、泰等多國語音導覽、無線網路、充電等服務。自啟航營運至 108 年 1 月 31 日止已吸引超過 20 萬人次搭乘。108 年 2 月 1 日更新增了圓山飯店及龍山寺兩個站點。希冀吸引更多旅客以不同高度體驗臺北之美。

(四) 推廣北北基好玩卡

與新北市、基隆市合作，整合北北基三市之「食、宿、遊、購、行」觀光資源，使旅客一卡在手，即可掌握全臺旅遊資訊，並輕鬆任意安排深度遊玩。旅客能使用票卡無限次數搭乘臺北市、新北市公車、臺北捷運及臺灣好行等交通載具，並透過「北北基限定」網路平台及 APP 預約加購旅遊商品（如：高鐵、景點、遊程、餐廳、飯店及伴手禮等）。北北基好玩卡自 106 年 11 月發行至 108 年 2 月已銷售 15 萬 2,640 張。107 年以體驗行銷、網路活動與論壇操作等行銷方式，擴大北北基好玩卡知名度，並以海外推介會開創當地主力旅遊業者對於北北基好玩卡的切票意願，進而帶動海外旅客前往北北基旅遊人次並拓展旅遊經濟。

(五) 補助民間辦理觀光活動

為扶植民間辦理觀光活動、發展臺北城市亮點活動，本局積極與民間活動合作，補助民間單位於本

市辦理觀光活動。

- 1、節慶觀光類：107 年下半年共計核定 6 案，包括「大稻埕國際藝術節」、「鬧熱關渡節」、「臺北行進樂藝術節」、「世界盃行進隊大賽」、「文化觀光傳統表演藝術劇場—臺北戲棚」、「藝遊臺北探風采」等。108 年上半年已核定補助 4 件，包括城南有意思、戲春大稻埕、大稻埕滿庭芳—中藥本草祭、臺北拉丁美洲暨加勒比海嘉年華等活動。
- 2、旅館活動類：107 年下半年共計核定補助 8 件，包括「臺北溫泉季-舞力全開潑湯慶」、「重南書街讓閱讀無所不在」、「國際排舞臺北觀光嘉年華」、「旅途中的廚房:士林早市」、「臺北河岸嘉年華—夏水騎蹟，水陸雙遊」、「大直美麗耶誕城·臺北跨年新亮點」、「臺北山林趣/探訪碧山巖」、「打造臺北打卡新景點-金面山健行導覽」等。108 年上半年已核定補助 6 件，包括「戀戀北投溫泉、尋蹤大稻埕穆斯林旅遊推廣」、「臺北趴趴走-帶著秘笈，探索深度臺北」、「大稻埕老街散策 x 西門文化旅」、「萬華西遊記」、「我愛(OI)新旅遊~住臺北·玩一夏」、「提燈溜月點亮大稻埕」等。

(六) 推動長青樂活銀髮觀光

- 1、本局 107 年首度試辦「長青樂活遊臺北活動」，期透過本活動豐富長者生活樂趣，增加相互交流之機會，了解臺北的人文、歷史與生態，使銀髮長者對於臺北市的進步與發展有更多的認知了解，對自己居住的城市產生情意與共榮感，未來藉此培育對觀光有興趣的長者成為銀髮觀光志

工，讓銀髮族有更多再服務社會的機會，作為臺北銀髮樂活城市的基礎。

- 2、本活動自 107 年 6 月 12 日開始受理本市各里辦公處線上報名，活動至 10 月 23 日止，共帶領本市約 2 萬 8,000 名銀髮族長者遊覽本市景點(45 處市政景點自由配或銀髮套裝遊程)，亦結合跨局處銀髮福利相關領域辦理 184 場宣講，成果豐碩。另，午餐由通過衛生署 HACCP 評鑑之餐飲業者準備適合長者口味、營養均衡之餐點，並配合市府政策全面使用環保餐具。

三、大型系列活動塑造城市品牌

(一) **2018 臺北河岸童樂會**：107 年 7 月 14 日至 22 日在大佳河濱公園一連舉行 9 天，並首度以「熊讚水樂園」為主題，活動內容包括親水娛樂、藝文表演、趣味遊戲等，總共吸引超過 1 萬 7,500 人次參與。

(二) **2018 臺北河岸音樂季**

- 1、107 年 8 月 17 日至 19 日一連 3 天於延平河濱公園舉辦大型音樂會，以「擋不住的夏日戀曲」為主題，邀請玩聲樂團、李明德、劉明湘、施文彬、以莉高露、民雄、吳汶芳、李英宏、睡帽樂團、茄子蛋、魏如萱、Moving and Cut、蕭秉治（廷廷）、法蘭黛樂團、鼓鼓、鄭宜農，及入圍金曲獎最佳國語男歌手的許書豪及入圍金曲獎最佳新人獎的 J.Sheon 等輪番接力演唱，並於 8 月 18 日晚間辦理長達 6 分 20 秒的水幕煙火秀，引領現場國內外朋友在臺北夏日河岸一同感受浪漫璀璨情人夜。

2、除了精彩的音樂及煙火演出外，活動更強調「在地性」，與大稻埕在地業者、商圈合作，邀請大稻埕知名文創市集「舒喜巷」參與活動，打造愛戀文創市集，也邀集臺灣在地業者共同打造啤酒專區，並於活動周邊設置胖卡市集、熊讚打卡專區及愛戀打卡專區，3天共吸引超過13萬人次參與，觀光經濟效益估計達3億263萬9,219元。

(三) 10×10 你所未見的臺北—國慶花車嘉年華

107年10月10日至14日一連5天於中正紀念堂舉辦「10×10 你所未見的臺北—國慶花車嘉年華」，除熊讚主題花車等24輛來自全國各地的特色主題花車，並舉辦趣味的「臺北城市主題精神」尋寶活動，活動還包括熊讚臨時郵局推出的專屬郵戳、精彩舞台表演、在地文創手作攤位與市集，讓參與的國內外遊客以不一樣的方式慶雙十、以不一樣的角度看臺北。

(四) 臺北最 High 新年城跨年晚會

1、「臺北最 High 新年城—2019 跨年晚會」於107年12月31日下午7時起至翌日凌晨1時在臺北市政府前市民廣場舉行，以「狂放電」為活動主題，結合「電音」、「電競」、「電頻」、「電商」等現代電子元素，邀請國內外知名藝人包括韓國知名女子天團 EXID、張惠妹、頑童 MJ116、蕭秉治、鼓鼓、安娜、吳思賢、謝和弦、MC 耀宗接力演唱，並以新穎電音 DJ Cookie 融合古典音樂跨界演出，同時於倒數時段結合台北 101 新年大秀，以盛大的煙火燈光秀與市民一同迎接嶄新的一年。估計共吸引超過 53 萬人次的國內外民眾

參與活動，另參考交通部觀光局「106年國人旅遊狀況調查」及「106年來臺旅客消費動向調查」每人平均每日消費金額估算，本次活動產值達15億970萬1,857元。

- 2、臺北跨年晚會收視率蟬聯全臺跨年收視冠軍，同時在新媒體平台全程實況轉播，包括 YouTube、My Video、Twitch、Line Today、Dailymotion、LiTV 線上影視、四季線上影視、極限電競等平台等，總觀看人次超過1,030萬。

(五) 2019 臺北燈節

- 1、108年2月16日至24日於中華路一段、北門及行旅廣場辦理，打造「主題燈區亮晶晶」、「我愛創作亮晶晶」、「夢想生活亮晶晶」、「友好城市亮晶晶」等主題燈區，還有各國塗鴉藝術家創作的「塗鴉夢想家的基地」、「東京迪士尼度假區35週年慶特別遊行」、歡慶米奇90周年的「奇趣大禮 FUN 米奇」、「我愛佩佩豬」等展區，範圍由過去中華路一帶及北門擴大至行旅廣場，燈區的數量亦由去年25個增加至今年38個。
- 2、舉辦電子集章活動，在燈節場域及鄰近商圈含沅陵商圈、西門商圈、中華路影音商圈、艋舺夜市商圈、台北地下街、後站商圈及華陰街商圈等，佈設30餘個掃描點，提供多項好禮給參與民眾，9天期間總計4萬餘掃描次數，達到與商圈共榮之目標。此外，與Google合作，由「Google助理」擔任燈區導覽員的角色，帶入節能環保與科技兼具的設計。
- 3、2月16日舉辦燈節開幕儀式，安排精彩音樂

秀，打造一場聽覺及視覺兼具的饗宴，2月24日踩街嘉年華遊行，「東京迪士尼度假區 35週年慶特別遊行」首次於海外演出，另友好交流燈區計有上海市、松山市、弘前市、貝里斯、聖國、歐洲學校等參與燈區展示。9天展期人潮創新高，總計吸引超過400萬參觀人潮。

(六)、2019 臺北杜鵑花季

- 1、108年3月14日至4月7日在城南地區辦理，以「專屬的約定」為主題，邀請大家在杜鵑花盛開的季節，到城南擁抱幸福找到愛。系列活動包括：3月14日起串聯溫羅汀11家Live House，一同舉辦20場音樂活動；3月20日「花語閱讀咖啡香」，與臺大公館商圈合作，辦理市集與閱讀區；3月20日台北探索館推出「詩情花藝中華插花藝術展」；3月23日「粉紅野餐音樂會」，在大安森林公園露天音樂台有知名藝人與樂團表演，還有幸福花熊拍照打卡抽獎活動；3月30日於大安區大學里新生南路三段86-90號(懷恩堂至真理堂之間)「幸福嘉年華」有異國美味料理與浪漫創意市集；4月6日與文化總會「城南有意思」合作於二二八和平公園辦理「專屬約定音樂饗宴」。
- 2、108年與福岡縣久留米市、鹿兒島縣垂水市、宮城縣氣仙沼市、茨城縣笠間市建立友好交流；另整合臺大公館商圈在地店家共同參與，包括與華元食品公司、一之軒食品公司異業結盟，推出系列花季限定商品，同時邀請里長結合在地店家、美食及異國表演團體辦理創意市集，在國際化、

在地化、產業化方面皆有斬獲。

四、旅遊資訊與服務升級

(一) 臺北旅遊網暨觀光APP「現在玩臺北」

提供前來本市觀光的旅客各種旅遊訊息，包括遊憩景點、美食購物、旅館住宿、活動資訊等，讓旅客可以即時得到最新、最豐富、最實用的資訊，訂作專屬自己旅遊行程。臺北旅遊網107年度瀏覽人次為713萬4,082人次，瀏覽量為3,985萬6,354次；「現在玩臺北」APP 107年度使用人次為468萬6,043人次。

- 1、臺北旅遊網改版：臺北旅遊網提供9種語版(正中、簡中、英、日、韓、西、泰、越、印)，外語版使用者佔3成以上；新增線上聊天客服機器人服務，提供旅客24小時諮詢自動回應服務；網站首頁結合IG美圖，打造吸睛臺北IG風景美圖牆行銷城市美景；創建電子地圖供旅客便捷查詢景點、美食與自訂行程機能。
- 2、「現在玩臺北」APP創新措施：與臺灣華特迪士尼合作開發「米奇趣遊臺北」電子集章遊戲功能，搭乘米奇彩繪列車，掃描列車上的隱藏米奇圖素即可獲得戳章，累積戳章可參加活動。活動期間旅客掃描隱藏米奇圖素次數高達5萬9,801次，獲iOS及Android系統旅遊類APP排名最高達全臺第5名。

(二) 編印發行多元觀光文宣

針對不同國籍之旅客，於107年10月編印發行中、英2語版之《散步大稻埕》、《散步中山雙連》地圖摺頁；12月加印中、英、日、韓等4語版之《Fun Taipei MAP》全區觀光地圖摺頁，提供前來本市觀光之旅客免費索取，按圖索驥深度賞玩臺北。

(三) 提升旅遊諮詢服務品質

- 1、旅遊服務中心：本市旅遊服務（遊客）中心共12處，包含臺北車站、松山機場、機捷A1台北車站、捷運台北101/世貿站、捷運北投站、捷運劍潭站、捷運西門站、捷運龍山寺站等8處旅服中心，及美麗華、梅庭、纜車貓空站及URS44大稻埕等4處遊客中心；另配合交通部觀光局推動借問站，與店家合作設置26處借問站，提供在地旅遊諮詢、散步地圖、WiFi熱點等協助旅客方便易遊等服務；107年7月至108年2月服務人次計157萬9,277人次、諮詢旅客計32萬7,219人次、發放觀光文宣計100萬6,309份。
- 2、走動式旅遊諮詢服務：為服務自由行旅客，由精通外語（含英、日、韓、東南亞語系）的旅遊服務員於週末假日在信義、士林、西門、永康街、北門等5處觀光熱點提供遊客交通指引、觀光資訊詢問等旅遊諮詢服務，107年7月至108年2月底累計服務3萬2,885人次。
- 3、提供在地特色體驗：為讓國內外旅客以體驗方式了解在地觀光特色，自107年8月起於URS44大稻埕遊客中心以及纜車貓空站遊客中心設置

互動式拍照設備，並分別提供創意主題式復古服裝及採茶品茗服裝等供旅客免費租借攝影。

(四) 強化旅服員教育訓練及督考

- 1、107年7月至108年2月辦理「臺北市旅遊服務中心服務品質滿意度問卷調查」，國內外旅客填寫問卷計2,700份，針對本市旅遊服務中心形象識別、位置、設施設備、環境整潔度及營運時間等5個項目進行調查，旅客服務滿意度達9成以上。
- 2、為加強旅服員各類旅客服務專業知能，積極培植優秀觀光人才，提升服務品質，107年7月至108年2月旅遊服務（含遊客）中心共辦理1場教育訓練，內容包含新生訓練、櫃檯服務、服務品質提升及旅遊資訊等課程。

(五) 建置觀光導引設施

截至108年2月底，本市已設立456處中、英雙語標示的觀光景點行人指標，及192座多語版觀光導覽地圖牌，提供觀光客清晰易懂的導引。

五、建構安全友善旅遊環境

(一) 加強旅館設立諮詢及輔導非法旅館合法化

對於符合設立旅館條件並有意合法經營者，本局均積極輔導取得旅館業登記證，截至108年2月28日為止，已輔導非法旅館轉型合法共112家。另本局依「臺北市旅館籌設諮詢服務作業要點」，聯合本府建築、消防、交通等主管機關成立平臺，協助業者預審各項籌設送件，俾合法有效率申設旅館，截至108年2月28日為止，計有6家業

者申請諮詢服務。

(二) 積極取締違規日租套房，保障旅客安全

本局積極查處日租套房，邀集本府相關局處辦理聯合檢查，並依違反「發展觀光條例」規定，於107年全年裁處140件，計裁罰2,021萬元。108年1至2月底裁處18件，計裁罰219萬元。有鑑於日租銷售管道多為網路平台，為從源頭阻絕非法，本局持續與三大訂房平台合作，將曾經裁處的非法旅館名單於網站下架，以有效取締違規日租套房，保障旅客安全。

(三) 輔導溫泉業者取得溫泉標章

截至108年2月底，本市已有51家取得溫泉標章，佔全市58家營業中業者的88%，其中於新北投溫泉區39家、行義路溫泉區9家、馬槽溫泉區1家、中山樓1家及市區業者1家，本府並積極籌備中山樓溫泉區取供事業，以協助當地業者盡速取得溫泉標章。

六、多元市政宣傳質量並進

(一) 強化政策宣傳效度

107年7月至108年2月宣傳之政策及主題，包括2018臺北河岸音樂季、2018臺北河岸童樂會、世大運週年活動、2018臺灣美食展、北市敬老悠遊卡擴大使用範圍、《台北畫刊》米其林專刊、大稻埕國際藝術節、臺北旅遊網IG徵圖、2018臺北國際旅展、鬧熱關渡節、2018臺北溫泉季、2018臺北馬拉松交管、2019臺北跨年晚會、2019臺北燈節、長青樂活遊臺北、北北基

好玩卡、田園城市、酒駕防治等，總計觸及閱聽眾超過1億人次。

(二) 製播媒體廣告

針對重大市政行銷主題，運用分眾概念，依不同目標對象，擬定宣傳策略及主軸，並運用感性、故事行銷等手法，製播生動有感的媒體廣告，以呈現讓民眾感動之施政作為。107年製拍短片《臺北四季大型活動》，影片串聯臺北四季節慶活動，並融入城市地標與便捷的捷運系統，以中、英、日、韓、越南、印尼、泰國等多種語版向全世界放送，亦安排於海外旅展及推廣活動播放，向國際旅客宣傳。同時，透過電視、捷運月臺電視、本市旅館房間、YouTube、臺北旅遊網及FB粉絲頁、我是台北人FB粉絲頁、臺北市政府Line官方帳號等管道宣傳。

(三) 提升《台北畫刊》宣傳效度

- 1、《台北畫刊》50年來持續提供本府重要施政計畫與活動訊息，並傳遞本市觀光休閒等軟性資訊，近年透過美食、親山步道、文化節慶活動及生活手作等多元主題式題材，拓展讀者群；在美編設計方面，亦改以清新、簡約的設計風格為主軸，輔以精美的照片，塑造時下年輕人喜愛的文青風格。
- 2、因應數位時代閱讀習慣改變，107年運用線上、線下通路推廣《台北畫刊》，包含辦理5場實體發表會，並運用市府Line官方帳號、臺北旅遊網臉書等自媒體推播畫刊文章，擴大畫刊宣傳受眾；此外，亦透過跨媒體合作行銷，包含臺

北捷運站內藍芽Beacon系統推播、Line Today以及新增於Rakuten樂天電子書城平台等多元管道轉載畫刊文章，擴增畫刊之觸及面與知曉度。

(四) 臺北電臺全新改版，擴大與民眾互動

- 1、電臺積極進行節目改版，以「風格年輕化」、「名人主持」、「親子節目」三大方向，拓展不同族群聽眾，並配合本府政策，發揮廣播能量推廣市政；107年並規劃深耕社區及舉辦聽友交流活動，另辦理「2018臺北河岸音樂季-經典之夜」及「邁向108幸福滿滿派對」等兩場大型演唱會活動，吸引數千位民眾到場聆賞，深化與市民的連結。
- 2、107年至108年電臺特色節目包括「均子動口」、「一鳴沒驚人」、「上台鞠躬」、「柏優柏樂會群星」等說唱藝術節目；「楊照談書」、「臺北拋拋走」、「Hakka Pop控」、「臺北進行式」(108年改版為「#臺北最正點」)等名人主持節目；「花兒樂活教室」、「花媽家說故事」及「天天好故事」等親子節目；並且跨界與市立國樂團合作「臺北好國樂」、與市立交響樂團合作「臺北音樂廳」以及與中華職棒大聯盟合作「棒球說故事」等節目，樹立電臺特色，以吸引更多聽眾。
- 3、配合市政行銷，電臺依議題規劃節目直播或影片拍攝，並於臉書及YouTube等平臺進行影音宣傳，擴大收聽群眾。此外，自107年3月起至108年，電臺透過公管中心播音系統播放6分鐘新聞、氣象以及市府活動資訊等內容。

4、為因應數位化潮流，電臺於本府資訊局所建置之「愛台北」APP提供線上收聽功能，107年7月至108年2月流量為7萬330人次。電臺將持續透過多元模式宣傳，強調使用便利性及官網歷史音檔隨選收聽功能，並透過臉書粉絲頁刊登節目預告、增加YouTube頻道播放清單、現場節目直播與粉絲互動、舉辦活動，以及相互連結等方式，增加臉書及YouTube粉絲人數，以強化市政宣傳，並發揮電臺服務民眾的功能。

(五) 城市吉祥物行銷：

- 1、熊讚於106年9月20日正式成為臺北市吉祥物後，以品牌化方式經營，107年4月文博會微調熊讚造型，並建立完整視覺系統，以利延伸品牌應用，擴大民間產業合作，創造品牌價值。
- 2、熊讚107年持續出席公益及弱勢活動，7月24日正式公布授權機制開放對外授權，至今已有多家公司合作，因授權所帶來之經濟效益已超過新臺幣2,500萬元。
- 3、熊讚107年7月至108年2月共計出席157場公益及城市行銷活動，並持續經營熊讚臉書社群。

七、促進傳播產業發展

(一) 推動有線電視分組付費

本市於106年完成有線電視數位化，為落實數位化，107年規定各業者須將67個最常收視中至少40個提升為高畫質。107年12月底公告的108年收視費用，除規定基本頻道至108年11月底須全面

以高畫質播出外，各業者均提供4種收視組合供訂戶選擇，使訂戶初步體驗預定109年起全面實施的分組付費。另外，半年繳及年繳折扣下限自30元及60元分別調高為45元及90元，減輕訂戶負擔，並持續提供低收入戶免收裝機費、收視費，及中低收入戶收視費半價優惠。

(二) 加強電影院公安稽查、維護民眾觀影權益

本市至108年2月底計有37家電影院，107年票房近40億元，為促使業者依法營業，並確保市民觀影品質，本局每月均派員至電影院進行檢查，並配合本府辦理公共安全聯合檢查，107年7月至108年2月計檢查54家次，業者均符合規定。

參、未來施政重點

一、籌辦大型系列節慶活動

(一) 2019臺北開齋節：規劃於108年6月舉辦，推廣本市友善穆斯林環境，塑造本市友善多元的城市形象與文化。同時持續以亞洲地區為目標市場，與當地業者、觀光推廣會交流，亦透過平面、電子戶外等媒體廣告等方式，提供本市旅遊資訊，吸引更多穆斯林旅客來臺北旅遊，擴大穆斯林旅遊商機。

(二) 河域觀光推廣系列活動

- 1、2019 臺北河岸童樂會：預定 7 月 13 日至 21 日在大佳河濱公園舉行 9 天，將再度以「熊讚水樂園」為活動主題，並規劃假日延長活動時間，以滿足親子參與的需求。
- 2、2019 夏季情人展演活動：規劃於 8 月 3 日至 4 日於本市延平河濱公園舉辦音樂會及周邊活動，活動除邀請歌手演出，並以創新展演作為亮點，打造臺北水岸城市意象，並結合在地文化及商圈產業辦理前期活動，以豐富活動內容並促進地方發展、創造活動產值。

二、國內外觀光整合行銷及會展產業推廣

(一) 會展產業發展計畫：

108 年起將積極推動本市會展產業發展，規劃成立 MICE 專案辦公室、邀請國際級 MICE 顧問參與、建立專業團隊協助競標機制與執行、成立臺

北市會議大使、檢討現行補助機制、擬訂 MICE 短中長期四年計畫、研訂 MICE 行銷計畫與執行等，促進本市會展產業發展。

(二) 海外整合行銷計畫

持續於東北亞及東南亞地區聚焦行銷（日、韓、中國大陸、中東、東協十國等地），結合航空公司及觀光相關業者包裝本市自由行優惠方案。此外108年度將針對美洲地區規劃「東京奧運順遊臺北」或一程多站方式與航空公司洽談合作推廣合作相關方案，並持續規劃以「美食觀光」、「穆斯林觀光」、「影視觀光」、「四季節慶活動」為主題，將臺北美食、體驗活動、四季大型活動及觀光亮點包裝為旅遊推薦行程，規劃海外推廣活動及多元媒體(電子、平面、網路或戶外媒體)行銷，透過實體活動及媒體宣傳，推廣臺北市深度旅遊。

(三) 推動大稻埕地區觀光發展

為推動大稻埕地區觀光發展，同時以打造深度旅遊體驗、找回城市歷史記憶及新舊世代呼應傳承為核心，本局將配合交通部觀光局「2019小鎮漫遊年行銷推廣計畫」，自108年3月起推動「智慧國旅大稻埕」計畫，輔導有意願店家成為國旅卡特約商店並辦理相關行銷活動，推動國旅。另將於下半年規劃辦理大稻埕巷弄文化體驗以及實體活動，創造議題故事行銷，以展現大稻埕深厚文化底蘊與百年風華。

(四) 經營臺北城市吉祥物品牌

- 1、以專業的公開授權機制，除了結合本府重大政策及大型活動，藉由熊讚進行城市行銷推廣，更透過與民間企業的授權聯名合作，提升熊讚周邊商品的精緻度及項目廣度，共同創造無限商機及行銷臺北機會，藉此提升臺北能見度，提高觀光及經濟效益。
- 2、持續以吉祥物進行城市行銷，透過熊讚高人氣與平易近人的特質，以軟性方式包裝市政議題，吸引民眾關注，並出席大型活動傳遞正面能量與歡樂。

三、精進旅遊資訊與服務提供

(一) 結合線上、線下活動行銷宣傳台北畫刊

《台北畫刊》為民眾認識臺北休閒旅遊與生活的代表性刊物。隨數位時代來臨，本局將結合線上、線下通路，讓畫刊內容觸及更多民眾，如透過本府線上社群媒體以貼文、直播、影音等方式宣傳《台北畫刊》，並透過相關網路社群平台合作串聯，以進行社群發酵，亦將透過線下實體活動等通路提升品牌識別，以成功形塑《台北畫刊》知名度。

(二) 臺北旅遊網線上導購服務

提供 OpenData API 給業者介接旅遊網資料使用，同時建置產品線上導購功能，將旅遊網資訊使用者直接導入店家、業者、旅行社提供的旅遊產品與服務。

(三) 美食觀光

- 1、規劃編印發行美食觀光主題手冊，推薦國內外旅

客臺北必吃經典美食、必買美食伴手禮等，並持續運用《台北畫刊》，介紹如特色美食、飲食文化與典故、食育、食安或手作料理等臺北美食相關報導。108年將配合2019臺北米其林公布，規劃運用5月號《台北畫刊》別冊進行報導，介紹今年星級美食與必比登美食。

- 2、透過今年度各海外市場行銷推廣專案，配合製作自由行專案手冊、赴海外辦理觀光推廣活動以及邀請踩線團來臺北體驗等方式，推薦本市美食及米其林店家。

(四) 創新旅遊服務

考量旅遊型態轉變，移動式旅遊諮詢需求漸增，為完善觀光旅遊服務，本局於捷運新北投支線列車上設立溫泉列車旅服體驗站，讓旅客感受到更機動更貼心的即時服務，並將捷運新北投站旅遊服務中心(民國92年建立)移置捷運新北投站作為支援後盾，替本市旅遊服務的創新製造出獨具匠心的營運模式。

四、旅宿業管理與輔導

- (一) 日租套房查緝：加強日租套房查察及處分，並持續與國際訂房平台進行「停售曾裁處之非法旅宿」協議，三大OTA (Agoda、Booking.com、Expedia)以下架或鎖房無法預訂等方式停止銷售，並定期追蹤，同時積極輔導業者合法經營。

- (二) 節能設備汰換：

- 1、本市108年2月底旅館超過640家，有鑑於旅館全年無休、24小時提供照明、空調運轉的耗能特

質，導致旅館具有更高的節電潛力。為增進旅館服務品質及創造服務效能的極大化，本局配合經濟部「縣市共推節電方案」，積極推廣本市旅宿業節能政策。

- 2、108年預計輔導30家旅館，經由現場檢視或量測耗能設備之運轉效率，提供其節能改善建議，鼓勵有節能潛力業者申請汰換老舊冰水主機、無風管空氣調節機及照明等設備。同時，並著手修訂「臺北市旅宿業節能設備汰換與智慧節能補助要點」，擴大節能設備補助項目，為旅館業設備量身訂做，把錢花在對的地方，以提升旅宿服務體系節能減碳效益，預期108年度節電量可達100萬度。

肆、結語

打造臺北成為亞洲必遊城市，是觀光傳播局一直以來的中心願景。因應全球觀光主要市場板塊東移趨勢及網路潮流新局，本局將持續以開發亞洲及擴大穆斯林旅遊商機為主要目標，積極拓展海外市場，並持續善用本市優勢發展特色觀光，提供優質的旅遊服務與住宿環境、強化旅遊資訊多語友善之近用性，提升旅客的滿意度與重遊率。

展望 108 年，本局首先將針對鄰近亞洲地區成熟市場如日、韓、星、馬持續推出臺北自由行專案，並積極拓展新興市場如東協、穆斯林國家，藉由各式推廣活動、網媒及網紅合作、推出臺北旅遊產品等方式，宣傳本市城市意象與觀光資源，以開拓國際觀光客源。同時，透過辦理河岸童樂會與音樂季、跨年晚會等大型活動，培養與塑造本市大型活動口碑與品牌，持續朝成為吸引全球旅客來訪亮點的目標努力。

其次，會展產業是本市未來三大重點發展產業，本局將與產業發展局等相關局處密切橫向聯繫與合作，對外強化本市優質會展環境行銷、塑造亞洲首選會展城市品牌，爭取更多國際會議及展覽至本市舉辦，並促進會展商務旅客在本市的停留與消費，以增加觀光外匯收入。

另外，因應 108 年度最新的臺北米其林美食評鑑名單出爐，本局將持續透過自媒體整合內容行銷本市多元美食觀光，並透過各式海外行銷管道、旅展與推廣會等推介本市美食魅力。

以上謹就 107 年 7 月迄今本局重要業務狀況及未來主要工作重點簡要報告。敬請各位議員先進支持與指教。

最後 敬祝

第一召集人、第二召集人、各位議員女士、先生健康
愉快，大會順利成功！謝謝！