

# 臺北市議會第 13 屆第 2 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 8 月

## 目錄

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 壹、前言.....               | 1  |
| 貳、重要施政成果.....           | 3  |
| 一、海外城市行銷與會展推廣.....      | 3  |
| 二、國內旅遊與景點推廣.....        | 6  |
| 三、大型系列活動打造觀光亮點.....     | 10 |
| 四、塑造多元共融城市形象.....       | 12 |
| 五、旅遊資訊與服務持續精進.....      | 13 |
| 六、建構安全友善旅遊環境.....       | 15 |
| 七、自媒體管道多元整合行銷.....      | 17 |
| 八、促進傳播產業發展.....         | 21 |
| 參、未來施政重點.....           | 22 |
| 一、因應陸客限縮政策.....         | 22 |
| 二、籌辦大型活動.....           | 24 |
| 三、國內外觀光整合行銷及會展產業推廣..... | 25 |
| 四、旅宿業管理與輔導.....         | 26 |
| 五、本府重大活動與政策整合行銷.....    | 27 |
| 肆、結語.....               | 28 |

## 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2次定期大會開議，奕霆很榮幸列席向各位議員女士、先生報告觀光傳播局108年上半年迄今重要施政成果及未來施政重點；對於 貴會長期以來的監督與指導，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，在此謹代表全體同仁致上由衷謝意。

108年上半年來臺北市旅客計534萬681人次，比去年同期(107年1至6月)475萬3,064人次增加12.36%，其中陸客增加27.68%、韓國增加9.44%，港澳、日本增加約8%，印度增加6.81%；東南亞各國旅客除越南之外其他地區亦穩定成長，其中泰國成長29.1%、菲律賓成長12.13%為最多。不過，近期眾所關注的中國大陸限縮來臺旅遊，評估將對全臺及本市觀光產業造成極大影響。依內政部移民署統計，107年8月至108年2月來臺自由行陸客為70萬5,558人次，若以陸客到訪臺北市的比率為95.98%推算，至本市自由行之陸客估計減少約67萬7,195人次。

面對如此急遽的客源版塊消長，如何吸引其他國家旅客到臺北、刺激旅客消費，並提高旅客重遊率，是本市目前面臨的主要觀光課題。本局一方面持續致力於開拓新興客源市場，提升對本市的認知與理解，透過旅展、旅遊推廣會、踩線、當地名人代言、網紅行銷等方式，促使更多海外客群選擇到本市旅遊；另一方面，亦必須透過推廣本市會展產業，爭取更多國際會議、展覽、企業獎勵旅遊至

本市舉辦，吸引世界各國商務客來臺；同時，在大型活動籌辦上追求創新與國際化、產業化、在地化，塑造本市大型活動品牌、創造觀光亮點，以吸引國內外旅客關注。

另外，繼上一會期前辦理完成的臺北燈節、杜鵑花季之後，108 年暑假期間，本局連續辦理河岸童樂會、大稻埕情人節等兩大河域觀光推廣活動，呈現在地特色，吸引國內外旅客體驗本市河濱旅遊，並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，為有效取締違規非法旅宿，保障投宿旅客生命財產安全，本局除持續與知名網路訂房平台合作，更修訂「臺北市政府觀光傳播局處理非法經營觀光旅館業、旅館業或民宿行政執行作業要點」，積極與本府警察局合作，針對多次涉毒、性交易的非法旅宿，祭出斷水斷電、拆除等強制執行手段。

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網站介面，並不斷增加新主題，例如東區專頁，網站功能亦新增 OpenAPI 給業者、民間社群介接旅遊網使用，同時建置「套裝行程」專區，提供旅遊產品線上導購功能，將旅遊網使用者直接導入店家、業者、旅行社提供的旅遊產品與服務中。

以下謹將本局暨所屬臺北廣播電臺於 108 年度上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、海外城市行銷與會展推廣

本局針對鄰近周邊國家成熟市場如日韓港、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；歐美地區則規劃以一程多站方式與航空公司洽談長程市場合作推廣相關方案。另為推廣本市 MICE(國際會議、展覽及獎勵旅遊)產業，108 年 3 月 29 日成立臺北市會展專案辦公室，推動本市會展產業發展計畫。

#### (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，亦持續至馬來西亞、印尼推廣穆斯林旅遊，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。108年針對日、韓、東協十國及香港等目標市場執行各項行銷及推廣活動，上半年主要執行成果如下：

- 1、日本：5月23日至25日參加臺日觀光高峰論壇，市長出席5月23日在日本富山縣舉辦之「臺日觀光高峰論壇」歡迎晚宴，並與該縣知事石井隆一交流，現場本局也提供與會貴賓及旅行業者臺北旅遊文宣，讓與會者更加瞭解臺北。另外，為吸引日本自由行旅客來臺觀光，已規劃結合日本KNT旅行社、日本航空、臺灣虎航及長榮航空公司等合作包裝「你所未見的臺北」

來臺旅遊活動，9月至12月於合作通路購買相關旅遊產品來臺之日本旅客，可獲得限定好禮及參加抽獎活動。

- 2、韓國：6月7日至9日參加「2019韓國哈拿多樂國際旅遊博覽會（Hana Tour International Travel Show）」，宣傳本市五大人文生活場域，並製作 Undiscovered Taipei 手冊提供現場參觀的韓國民眾；另為推廣郵輪觀光，7月10日於韓國釜山與釜山市政府及臺灣國際郵輪協會簽署三方郵輪合作備忘錄，推動臺韓雙方海陸空旅遊及建立多母港郵輪旅遊模式；另於7月16日至19日邀請韓國知名網紅 Yang Soobin 來臺北踩線，7月19日舉辦歡迎會送上各式各樣的芒果及特製旗袍讓 Yang Soobin 體驗臺北特色。
- 3、東協十國：推出臺北自由行產品，包括印尼3,000份、菲律賓5,000份、泰國5,000份。3月12日至18日參加臺灣觀光推廣會及馬來西亞當地上半年最大的 MATTA 春季旅展，推薦臺北的自然風景、時尚購物、米其林與清真美食、單車樂活，以及雙層觀光巴士等主題遊程，透過最新的旅遊資訊，吸引大馬民眾來臺北觀光。5月20日至23日邀請菲律賓網紅 Mikey Bustos 至本市踩線並拍攝臺北觀光MV，並於5月23日辦理歡迎會；6月14日結合臺北知名業者在菲律賓辦理產品發布會及業者媒合會、6月15日辦理民眾見面會。7月9日至12日邀請泰國前3大旅遊部落客暨知名網紅 I Roam Alone (Mint) 來本市踩線，並於7月12日舉辦歡迎會；預計8月30日至泰國曼

谷辦理產品發布會、9月1日辦理民眾見面會活動，並邀請臺北多家知名業者共同參加推廣。

- 4、中東及美洲：4月28日至5月1日赴杜拜參加中東地區最大B2B專業旅遊展「2019阿拉伯旅展 Arabian Travel Market, ATM」，針對全球買家及中東旅客規劃臺北4條特色路線及魅力景點，並介紹本市友善穆斯林旅遊環境。5月15日至18日邀請全球知名節目-美國廚神當道(MasterChef)第8季亞軍Jason Wang王凱傑踩線及拍攝影片，並於5月16日辦理歡迎會。
- 5、港澳：6月12日於「2019香港國際旅遊展(ITE)」展前召開記者會，邀請Janet謝怡芬出席，特別推出本市五個特色人文生活場域，帶給港澳旅客不同的旅遊人文生活體驗，並於6月13日至16日以你所未見的臺北參加「2019香港國際旅遊展」。
- 6、亞洲旅遊推廣會議CPTA (Council for Promotion of Tourism in Asia)：108年本市與日本東京的交換廣告備忘錄刻正簽訂中，將於兩市的捷運和地鐵車站、車廂，以及月台電視放送城市形象廣告，相互合作推廣觀光。

## (二) 推廣及贊助本市MICE產業

### 1、推廣本市會展產業：

108年3月29日成立臺北市會展專案辦公室，持續進行本市會展發展趨勢研究，規劃本市會展短、中、長期發展計畫。5月19日至25日前往德國法蘭克福參加「2019德國法蘭克福國際會議暨獎勵旅遊展」(IMEX)及法國巴黎參加推廣會；

6 月 16 日至 22 日參加經濟部國際貿易局辦理之「推動臺灣會展產業發展計畫-會展產業整體計畫」新南向推廣團，前往馬來西亞、越南及菲律賓推廣 MICE。

## 2、贊助會展活動：

108 年國際會議、展覽暨獎勵旅遊補助第 1 期(1 至 6 月)於 107 年 11 月受理申請，並於 107 年 12 月 13 日召開審查會議，核定補助案件 68 件，計約帶來 8 萬 8,252 名國際人士參與在本市辦理的會展活動。第 1 期具代表性之會展活動包括：由臺北市糕餅商業同業公會舉辦的「2019 臺北國際烘焙暨設備展」，以及由中華民國對外貿易發展協會所舉辦的「臺北國際自行車展」。108 年 4 月受理第 2 期(7 月至 12 月)補助案件申請，於 5 月 9 日召開審查會議，核定補助 24 件，後續持續受理專案補助申請案件迄 7 月 31 日止共 39 件。

## 二、國內旅遊與景點推廣

### (一) 以多元方式推廣城市旅遊

1、推廣美食觀光：配合 2019《臺北米其林指南》公布，108 年運用 5 月號《台北畫刊》編製「可口×臺北」美食別冊，以插畫地圖呈現今年度各式特色星級餐廳與必比登推介美食；夏季號《TAIPEI》英日文季刊亦以 2019 臺北米其林為主題，邀請部落客介紹具有本土特色的米其林美食，並規劃夜市指南單元，介紹必比登推介的臺北夜市美食，讓國內外旅客感受臺北美食魅力。

2、參加旅展及觀光推廣活動：3 月 22 日至 25 日於世



貿一館辦理臺北國際春季旅展臺北館，邀請本市知名品牌業者臺北雙層觀光巴士、森高砂、金錦町、滿堂紅、Papabubble 等參與，活動記者會邀請藝人阿喜主持，與業者一同推廣城市觀光，總計臺北館營業額超過 40 萬元。5 月 17 日至 20 日於世貿一館臺北國際觀光博覽會設立臺北館，邀請知名品牌 KLOOK、Ice Monster、十間茶屋、金金良甜、真芳等業者參與推廣城市觀光，臺北館開幕活動邀請市長及藝人納豆與現場民眾互動，臺北館營業額合計超過 48 萬元。

## (二) 台北探索館及梅庭營運

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，108 年 1 月至 7 月累計參觀人數為 12 萬 1,382 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，108 年 1 月至 7 月累計參觀人數為 30 萬 7,418 人次。

- 1、台北探索館：上半年繼「野球風雲錄@臺北」特展、配合 2019 臺北杜鵑花季舉辦的「詩情花藝」中華插花藝術展之後，自 5 月 17 日至 6 月 16 日辦理「2019 年海峽兩岸臺北-上海民間收藏元青花學術點評研討會暨藏品」特展，展覽以「元青花瓷」為主軸，展示 70 件臺灣與中國的青花瓷民間藏品，本特展累積總參觀人數計 2,993 人次。
- 2、梅庭：108 年 1 月起「藝起來梅庭」藝文系列活動共有 4 場各具特色的活動、1 場行銷活動記者會，以及規劃 1 檔特展於 5 月 15 日開幕，讓國內外旅

客對梅庭留下深刻印象。108 年上半年辦理活動如下：1 月 26 日「金橘慶喜開筆迎春 in 梅庭」，計 8,280 人次參與；3 月 30 日至 5 月 26 日「臺北鄉村漫遊」(共舉辦 16 梯次)，計 888 人次參與(每梯次有名額限制)；5 月 25 日「鄧麗君-淡淡幽情特展音樂會」，計 1,361 人次參與；「鄧麗君-淡淡幽情特展」，5 月 15 日開幕，統計至 7 月 31 日止，計有 8,萬 447 人次參觀；6 月 23 日「鄧麗君-淡淡幽情特展故鄉情音樂會」，計 418 人次參與。

### (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 6 月 30 日止已吸引超過 26 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，今年上半年運量與去年同期相比成長 30%。

### (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 7 月已針對不同目標客群推出 4 種熱銷卡種共銷售出 19 萬 3,996 張。108 年 4 月與三立電視台愛玩客節目合作推廣國內知名度，並與知名商圈(永康商

圈、西門町商圈及臺北車站微風)聯合行銷的方式，擴大北北基好玩卡產品內容與服務知名度；並強化以科技串接國內外銷售通路的分銷機制，透過 B2B 網站及 API 串接的方式與海外 15 個重要通路合作，協同於各個客源地國家推廣北北基好玩卡服務，進而提高海外旅客前往北北基旅遊人次並帶動國內旅遊服務產業的經濟發展。

#### (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：108 年上半年核定補助 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。108 年下半年共計核定補助 6 案，包括「秋 Out 音樂節」、「大稻埕國際藝術節」、「鬧熱關渡節」、「Bar Surfing 一起跑吧」、「文化觀光傳統表演藝術劇場-臺北戲棚」、「流浪臺北後站漫畫祭」。
- 2、旅館活動類：108 年上半年共計核定補助 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。108 年下半年已核定補助 6 件，包括「打造臺北打卡新景點-金面山健行導覽計畫」、「2019 臺北河岸嘉年華暨臺灣盃國際滑水賽」、「2019 臺北溫泉季-經典北投·神輿響泉祭り」、「#Walk The Fun Taipei 全球背包客漫遊臺

北」、「漫步遊臺北」、「玩賞艋舺-串連與活絡在地觀光資源」。

#### (六) 推動長青樂活銀髮觀光

- 1、為持續鼓勵本市銀髮長者走向戶外、增進其身心健康，本局「長青樂活遊臺北」活動，108 年度規劃提供 880 車（截至 8 月 15 日已受理申請 691 車），預計帶領本市約 3 萬 5,000 名長者遊覽本市景點（48 處市政景點自由配或套裝遊程）。今年更首度加入 DIY 手做體驗活動，讓長者出遊參訪的同時，還能動動雙手，增添行程的趣味性。午餐由通過衛福部 HACCP 評鑑之餐飲業者準備適合長者口味餐飲，配合本府政策全面使用環保餐具。
- 2、為加強讓長者知曉自身福利，本府社會局、教育局、衛生局、市立聯合醫院等 4 個單位組成「臺北五心」宣導團隊，以「臺北五心銀向幸福」全貌圖為開端，於午餐現場向長者介紹「安心居、開心遊、歡心學、用心護、貼心顧」五大類臺北市銀髮福利，並透過活潑的有獎徵答，幫助長者迅速瞭解自身權益。

### 三、大型系列活動打造觀光亮點

- (一) 2019 臺北杜鵑花季：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。在國際化方面，與日本福岡縣久留米市、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。活動總參與人次達 4 萬 7,650 人次。

(二) 2019 臺北河岸童樂會：7 月 13 日至 21 日在大佳河濱公園舉行，今年持續以「熊讚水樂園」為主題，特別引進全臺首見的「陸地極限衝浪滑道」，不用到海邊等大浪，在陸地就可體驗超刺激的衝浪。其它活動內容還包括繽紛的鯊魚造型和小丑造型水滑梯、101 大樓攀爬、無敵風火輪、水上蹺蹺板等多項有趣的親水遊樂設施。除了水上活動，陸上活動則包括可愛木製小小推車、幸運草球池，以及挑戰腦力的趣味闖關區。藝文表演則有小朋友最愛的造型氣球、大型吹泡泡秀，還有爵士美聲演唱多首經典迪士尼歌曲。現場還有展售熊讚主題商品等，是親子暑假期間不可錯過的消暑勝地，總計吸引約 8,000 人次共襄盛舉。

(三) 2019 大稻埕情人節：延續過往河岸音樂季，今年活動名稱訂為「大稻埕情人節」，透過結合大稻埕在地文化，打造全臺灣夏季最知名的活動品牌。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，今年活動邀請不同世代歌手包括黃品源、茄子蛋等重量卡司，及樂團如網紅米利亞、獨立音樂人嚴梵、馬丁，輪番演唱拿手歌曲，帶領現場民眾一起嗨到最高點。除精彩舞台演出，活動現場還規劃愛情文創市集、愛情塗鴉牆、胖卡美食區及清涼冰品、啤酒攤位，更邀請台北霞海城隍廟月老現場駐點，守護民眾許下的誠摯心願。此外，今年活動現場特別增設浪漫花牆，讓人人都化身網美，拍

照打卡留下最美的回憶，並以 8 月 3 日晚上 8 時長達 480 秒之情人煙火秀作為亮點，打造臺北水岸城市意象，並結合在地文化及大稻埕商圈產業辦理前期活動，豐富活動內容並促進地方發展、創造活動產值，總計活動超過 10 萬 5,000 人次參與。

#### 四、塑造多元共融城市形象

- (一) 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。此外，也持續以亞洲地區為目標市場，透過參加當地旅展、辦理觀光推廣活動，與當地業者及民眾交流；亦透過平面、網路等媒體廣告，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) 舉辦 2019 臺北開齋節暨穆斯林嘉年華：6 月 9 日於大安森林公園舉辦，舞臺活動邀請印尼知名歌手 Fildan Rahayu、印尼清新校園歌手 Leshia、中東鼓樂團 Hamnavâ 以及傳統舞蹈 Saman Dance 帶來精彩演出。現場設置世界穆斯林市集共 48 個攤位，包含伊斯蘭美食、穆民選物、文化體驗、公益宣導等。此外更特別規劃穆斯林草地講堂，讓市民朋友更加了解穆斯林文化內涵，塑造本市友善多元的城市形象，當日活動吸引約 4 萬人次參與。
- (三) 彩虹經濟觀光推廣：為推廣 LGBT 觀光市場及展現

本市為一個尊重人權、性別友善的國際城市，本局於 108 年 6 月 19 日邀集臺北市議會促進性別平等連線 9 位議員、民間及本府相關單位，召開第 1 次「彩虹經濟觀光推廣會議」，8 月 19 日召開第 2 次「彩虹經濟觀光推廣會議」討論可行方案。配合相關活動於本局宣傳管道(如《台北畫刊》、臺北電臺、臺北旅遊網及臉書等)協助宣傳；於臺北旅遊網設置 LGBT 專區，提供 LGBT 遊程等資訊以及設置彩虹景點指標牌(含 QR Code)等，以推動彩虹經濟。

## 五、旅遊資訊與服務持續精進

### (一) 臺北旅遊網及「現在玩臺北」App

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，讓旅客即時得到最新、最豐富、最實用的資訊，訂作專屬自己的旅遊行程。臺北旅遊網108年1月至7月瀏覽人次為506萬2,518人次，瀏覽量為2,537萬5,419次；「現在玩臺北」App 108年1月至7月使用人次為291萬9,061人次。

- 1、臺北旅遊網網站新增OpenAPI（開放應用程式介面）功能：為提升旅遊網的能見度及達到政府開放資料目的，透過OpenAPI功能提供業者、民間社群以系統介接方式取得臺北旅遊網公開資料進行加值應用，目前已開放景點、最新消息、展演活動、活動行事曆、主題旅遊、720度環景及語音導覽等7大項目，透過結合業者、民間社群的無限創意，創造更多元的旅遊資訊服務。

2、臺北旅遊網網站成立套裝行程專區：臺北旅遊網具有高瀏覽量及公信度，為擴大觀光效益，導入觀光旅遊媒合服務，建置「套裝行程」專區，提供有合作意願之旅遊業者上架旅遊相關產品，共同推廣臺北市觀光產業，同時亦提升旅遊網之使用率。

(二) 編印發行多元觀光文宣

針對不同國籍之旅客，除規劃發行中、英、日、韓等4語版之《Fun Taipei MAP》全區觀光地圖摺頁以及四分區觀光手冊，108年亦規劃發行生態及美食主題觀光手冊，提供前來本市觀光之旅客免費索取，依旅遊需求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11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、捷運新北投站、捷運劍潭站、捷運西門站、捷運龍山寺站等8處旅服中心，及纜車貓空站、URS44大稻埕及西門紅樓等3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25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；108年1月至7月服務人次計127萬2,253人次、諮詢旅客計30萬439人次、發放觀光文宣計81萬637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，108年1月至7月底累計服務2萬2,655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，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

為加強旅服員的旅客服務專業知能，提升服務品質，108年1月至7月共辦理4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。同期亦辦理「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1,730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。

#### (五) 建置觀光導引設施

截至108年7月底，本市已設立468處中英雙語標示的觀光景點行人指標、190座多語版觀光導覽地圖牌，提供觀光客清晰易懂的旅遊導引。

### 六、建構安全友善旅遊環境

#### (一) 首辦2019都會旅宿發展國際論壇

108年1月17日於臺北國際會議中心（TICC）首次舉辦「居住安全X城市典範-2019都會旅宿發展國際論壇」，邀請中央、本府等官方代表、業者共襄盛舉，亦邀請制定日本《住宅宿泊事業

法》的日本國土交通省觀光廳室長波々伯部信彥及美國業界代表共聚一堂，一同探討國內外旅宿管理模式、相關法規、共享住宅及國際趨勢走向等相關議題。藉由國際論壇舉辦及對話，彙整各界產官學及蒐集民眾之意見，做為未來施政的參考，另一方面仍將持續依法執行，查緝非法日租套房，以保障旅客生命財產安全並提升本市旅宿安全及服務品質，獲本府108年創意提案競賽跨域合作類冠軍。

(二) 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7月31日為止，已輔導非法旅館轉型合法共119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7月31日為止，計有6家業者申請諮詢服務。

(三) 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，99年至108年7月底共裁處776件，計裁罰1億3,824萬元。其中108年1至7月底裁處83件，計裁罰961萬元。108年4月2日修正「臺北市政府觀光傳播局處理非法經營觀光旅館業、旅館業或民宿行政執行作業要點」，針對2家涉毒非法旅館拒不歇業，採取「停止供水供電」之強制執行手段，其中1家經查獲私自復水復電，立即拆除室內裝潢

至不堪使用。

(四) 輔導溫泉業者取得溫泉標章

截至108年7月底，本市已有51家取得溫泉標章，佔全市57家營業中業者的90%，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、中山樓溫泉區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。

七、自媒體管道多元整合行銷

(一) 108年1月至7月宣傳之政策及主題，包括臺北燈節、春季大型活動整合宣傳、北北基好玩卡、長青樂活遊臺北、臺北河岸童樂會、大稻埕情人節、防災宣導(緊急避難包)、智慧城市、宗廟節慶系列活動、托育政策、共融式遊戲場、臺北開齋節暨穆斯林嘉年華、夏季節電、同志婚姻登記、臺北市春季旅遊補助專案、東區門戶計畫、智慧公共住宅及夏季大型活動整合宣傳等，透過多元行銷管道，宣傳施政政策及觀光推廣。

(二) 製播媒體廣告

108年製拍短片《你所未見的臺北-巷弄文化篇》，邀請旅人走進充滿驚喜的巷弄，與在地文化來趟深度之旅並以中、英、日、韓等多種語版安排於海外旅展及推廣活動播放，向國際旅客宣傳。另配合本府大型活動辦理四季整合行銷事宜，製作《花開好了》、《夏季好瘋水》等活動宣傳短片，透過電視、捷運月臺電視、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

帳號及旅館電視等管道宣傳，以提升本府大型活動辦理效益。

### (三)《台北畫刊》

- 1、《台北畫刊》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生活資訊，今年度以「臺北+N」、「V+臺北」、「Adj+臺北」之單元架構，結合美食、自然生態、宗教民俗祭典、文化節慶、友善臺北等多元主題，拓展讀者群，並以「多感臺北」作為別冊年度主軸，以五感體驗呈現臺北的多元風貌；在美編設計方面，亦改以大圖、簡約的設計風格為主軸，塑造時下年輕人喜愛的文青風格，以擴大讀者群。
- 2、因應數位時代閱讀習慣改變，108年運用線上、線下通路推廣《台北畫刊》，透過社群貼文、影音製作等方式，以活潑有趣題材串聯社群發酵、拓展畫刊閱眾，同時運用市府Line官方帳號、臺北旅遊網臉書等自媒體推播畫刊文章；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及各平臺轉載合作，以及新增於天下雜誌微笑台灣網站、上報、信傳媒等多元管道轉載畫刊文章，擴增畫刊之觸及面與知曉度。

### (四)臺北廣播電臺

- 1、電臺積極以「風格年輕化」、「名人主持」、「兒少節目」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；108年6月與臺北書院合作舉辦「茶與樂的對話~臺北書院四季茶會『夏茗敘懷』」聽友會交流活動，108年8月

舉辦「戀戀臺北一夏日感恩演唱會」，另12月底將舉辦「邁向109幸福滿滿派對」大型演唱會活動，吸引民眾到場聆賞，深化與市民的連結。

- 2、108年電臺特色節目包括「均子動口」、「一鳴沒驚人」、「上臺鞠躬」、「栢優栢樂會群星」等說唱藝術節目；「楊照談書」、「臺北拋拋走」、「Hakka Pop控」、「#臺北最正點」等名人主持節目；「夢想共和國」、「聽青春在唱歌」、「我的Young觀點」等兒少節目；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」、與中華職棒大聯盟合作「棒球說故事」以及與洪建全教育文化基金會合作製播「東亞史的關鍵時刻」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，於臉書及YouTube等平臺進行影音宣傳，擴大收聽群眾。自107年3月起，透過市政大樓播音系統播放6分鐘新聞、氣象以及市府活動資訊等內容。108年起每週一(6月起)及週三(4月起)下午3點30分，於市府播出市政及生活新聞廣播。
- 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，108年1月至7月流量為4萬9,379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、持續維運熊讚FB粉絲專頁，熊讚粉絲至7月底止已達16萬802人次，每週平均貼文約4-5篇，以高頻率貼文及留言互動率提升粉絲黏著度。
- 2、辦理主題行銷活動「熊讚臺北味」，透過熊讚走入臺北各個角落，吸引全臺民眾感受不一樣的臺北，打造屬於臺北的另類必比登。
- 3、熊讚108年1月至7月共計出席86場公益及城市行銷活動，包括臺北市國小校園巡迴、萬福國小地球日、貓空封茶季、反毒嘉年華園遊會、小手收大夢想屏東泰武國小、臺東長濱國小、彰化文德國小、臺北親水節、臺北河岸童樂會及第一屆臺灣吉祥物大賽等活動。
  - (1)與臺北燈節合作，出席燈節造勢活動，並於臺北燈節設置熊讚專區及推出熊讚花車，另開闢熊讚紀念品及授權聯名商品販售專區，邀集熊讚授權廠商至熊讚專區設攤，並與手機業者聯名合作推出「燈節風味U12+聯名手機設計背蓋」。
  - (2)與本市動保處合作，於108年2月拍攝「熊讚的伴手禮」非洲豬瘟防治宣導影片，將非洲豬瘟防治觀念融合熊讚輕鬆、詼諧的特質，向市民宣導防疫觀念及正確防治方法。
  - (3)與本府文化局臺北流行音樂中心合作，製作影視廳開場宣導影片，以Pixel風格將熊讚化身為小精靈，告知民眾觀影須知。

- (4)與臺北市兒童新樂園合作，於4月4日兒童節推出熊讚主題遊樂設施「飛天神奇號」。
- 4、於6月17日辦理授權說明會，拓展熊讚商業授權合作機會。
- 5、參加第一屆臺灣吉祥物大賽，經6月10日至7月26日網路投票，8月4日參加吉祥物大賽總決賽獲得第一名，贏得代表臺灣至日本行銷的機會。

## 八、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個最常收視頻道中至少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7月底計有37家電影院，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，108年1月至7月計檢查57家次，業者均符合規定。

## 參、未來施政重點

### 一、因應陸客限縮政策

因應中國大陸限縮來臺旅遊，本局於 8 月 8 日、8 月 19 日邀集本府文化局、產業發展局、教育局、民政局等機關召開跨局處會議，整合本府資源並透過以下作為，擴大爭取其他客源地區旅客至本市觀光。

#### (一) 建議中央因應對策：

- 1、擴大免簽國家：東協國家如印尼、越南等，或高端旅遊市場如中東地區海灣 6 國等(包括巴林、沙烏地阿拉伯、阿曼、科威特、卡達和阿拉伯聯合大公國)，以利吸引更多國際旅客取得入境門票資格，選擇本市為旅遊目的地。
- 2、擴大補助國際旅客：因本市旅宿業以國際旅客為大宗，建議交通部觀光局針對國旅市場推出之秋冬季旅遊「擴大暖冬遊補助」方案，可將原有經費部分移作國際旅客補助使用，除可吸引更多國際旅客來臺，更可符合本市旅宿業客群，並提升補助經費執行率。

#### (二) 本市因應作為：

- 1、旅宿業者優惠專案：與旅宿業者合作規劃超值優惠專案，如住宿「買一晚送一晚」等超值優惠，以增加國內外旅客停留本市，並於本市消費及旅遊。
- 2、臺灣高鐵異業合作：與高鐵合作之「北北基好玩卡活動專案」，提供 75 折優惠，吸引國外旅客搭乘高鐵至本市旅遊。



- 3、加強海外旅遊市場推廣：擴大海外旅遊市場，除針對中國市場加強開發 MICE 商務客來臺，另持續耕耘成熟市場如日韓，以及配合新南向政策，拓展東協十國及穆斯林旅遊市場，以提昇本市觀光旅遊形象及吸引全球海外旅客至本市旅遊消費。下半年度本局將結合觀光旅遊業者前往日本、韓國、俄羅斯、泰國、印尼等地進行宣傳推廣，加強吸引國際旅客至本市旅遊消費。
- 4、開發高端旅遊：積極開發高端旅遊市場包括歐美、俄羅斯、中東等高潛力客源；促成 MICE 活動在臺北舉辦，包括開發新活動新遊程、案源媒合與協助，以及調整補贊助措施，如提高補助額度、簡化申請核銷作業、增加文化體驗等。
- 5、本局彙總本府各局處相關配合措施，對外整合行銷：
  - (1)文化局：所轄免費參觀之文化場館計 24 處，另提供付費參觀之文化場館優惠措施，包含臺北市立美術館、士林官邸正館、臺北當代藝術館、臺北偶戲館、林語堂故居、草山行館等。
  - (2)教育局：市立動物園、天文館、兒童新樂園提供國外自由行旅客 5 折優惠。
  - (3)捷運公司：貓空纜車及兒童新樂園配合本局北北基好玩卡及捷運系統規劃優惠方案。
  - (4)產發局(含市場處、商業處)：優化夜市及商圈環境、提供商圈多元資訊、強化國際化宣傳行銷。
  - (5)民政局：全年度免費參觀之觀光遊憩景點，如臺北孔廟、林安泰古厝，於導覽及介紹中強化

各景點專有特色、提供內容豐富的介紹摺頁、導覽影片及預約導覽、極具傳統特色的禮俗與民俗體驗、持續配合旅行業者觀光行程，推動城市行銷。

- (6)都發局：加強宣導立面修繕之補助、加強宣導廣告招牌美化更置及執行拆除廢棄廣告招牌、巡查防止新違建等。

## 二、籌辦大型活動

(一) 日本愛媛縣松山市大神轎臺北撞轎祈福活動：本市與松山市交流至今長達10年，且今年適逢本市與松山市簽署友好交流協議滿5年，另7月18日有桃園機場往返日本松山機場之定期航班啟航。今年對雙方交流友好情誼具特殊意義，故松山市與本市將在臺舉辦紀念活動，預計11月邀請松山市來臺北辦理松山市大神轎撞轎活動，規劃於市府廣場、新北投捷運站周邊及松山慈祐宮共辦理4場，帶動兩市觀光發展。

(二) 你所未見的臺北-國慶花車嘉年華

108年10月10日至20日一連11天於中正紀念堂舉辦「你所未見的臺北-國慶花車嘉年華」，除熊讚臺北主題花車等24輛（暫定）來自全國各地的特色花車，並規劃舉辦趣味的互動遊戲，包括臨時郵局、精彩舞台表演、在地文創手作攤位與市集，讓國內外遊客能以不一樣的方式慶雙十、以不一樣的角度看臺北。

(三) 臺北最High新年城-2020跨年活動

規劃以「亞洲必遊，一生必去」為主軸，融入嶄新

城市意象，於 12 月初辦理前期系列活動，並與本市商業處及商圈合作，將活動場域擴大至東區，進行燈海佈置、裝置物、周邊活動，共同營造 12 月節慶氛圍，12 月 31 日跨年晚會則搭配台北 101 新年大秀，與全世界民眾一起倒數迎接新年到來。

### 三、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 8 月 15 日辦理會議大使授證儀式及競標經驗分享會，並持續進行邀請國際級 MICE 顧問參與擬訂 MICE 短中長期四年計畫、建立專業團隊協助競標機制與執行、檢討現行補助機制、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

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推廣合作相關方案，並持續以本市觀光品牌「你所未見的臺北 (Undiscovered Taipei)」為宣傳主軸，於各客源市場以「美食觀光」、「穆斯林觀光」、「五大人文生活場域」、「四季節慶活動」、「經典小鎮(北投、大稻埕)」為主題，包裝推薦臺北美食、體驗活動、四季大型活動、文創及觀光亮點行程，透過實體活動及媒體、網路宣傳，推廣臺北市深度旅遊。

#### (三) 推動大稻埕地區觀光旅遊

配合交通部觀光局「2019小鎮漫遊年行銷推廣計畫」，於108年下半年規劃辦理大稻埕巷弄文化體驗、實體活動以及「智慧國旅大稻埕」行銷計

畫等，創造議題故事行銷、挖掘大稻埕在地特色，將在地文化及特色融入於觀光活動中，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、透過專業的公開授權機制與民間企業聯名合作，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、配合行銷本府大型活動(如白晝之夜、跨年晚會)與重大政策，如配合節電政策推出宣導影片及推廣品，透過熊讚灌輸民眾正確節電知識。
- 3、行銷推廣本市創新文化景點，如秘境或打卡點，以拍攝影片方式，搭配《臺北熊讚》歌曲及舞蹈動作，以期吸引年輕族群前來探訪。影片將透過本府相關社群、捷運月台電視、公部門大樓 LED 電視等管道宣傳。

#### 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，並持續監控涉毒非法旅館，避免非法業者死灰復燃。
- (二) 節能設備汰換：  
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。108年下半年預計輔導16家旅館，本局委託專業廠商經由現場檢視或量測耗能設備之運轉效率，提供節能改善建議，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。108年並修訂「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，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。

## 五、本府重大活動與政策整合行銷

### (一) 大型活動秋冬季整合行銷推廣

配合本府大型活動辦理秋、冬季整合行銷事宜，串連各大型活動包含 2019 白晝之夜、臺北溫泉季、2020 跨年活動及 2020 臺北燈節等元素，規劃製作宣傳短片及入口網站，透過電視、捷運月臺電視、YouTube、臺北旅遊網及 FB 粉絲頁、臺北市政府 Line 官方帳號等管道宣傳，並運用各式平面宣傳圖稿於捷運燈箱、公車車體等管道露出。

### (二) 12 區區政亮點整合行銷

為宣傳本市 12 行政區之政策亮點、人文特色、歷史活動或自然景觀，規劃以「電影預告片」方式製拍 12 區重點施政成果及當地特色之形象影片(完整版及 30 秒版本各 12 支，共 24 支)，讓民眾對各區特色、施政成果有更深入了解，並透過各區公所 LED 電視、捷運月臺電視、YouTube、臺北旅遊網 FB 粉絲頁、我是台北人 FB 粉絲頁等管道宣傳。

### (三) 友善高齡政策整合行銷宣傳

為讓長者獲悉本市各項高齡友善政策，以臺北五心「歡心學」之「就業(第二人生)」及「學習(活到老學到老)」為主軸，規劃整合式議題行銷，搭配網路社群，除向長者宣傳，更吸引家中年輕人(18-30 歲)或主要照顧者(40-60 歲)關注本府相關政策，以落實高齡友善關懷、用心建立社福永續的社會。

## 肆、結語

觀光傳播局的兩大使命，分別為觀光推廣與市政行銷。本局將持續透過本府既有之平面、電子、戶外等各式管道，並整合資訊科技新媒體平台與傳統媒體進行國內外宣傳，將臺北市多元豐富的觀光資源及市政資訊傳遞給國內外民眾。同時，因應陸客限縮的大環境考驗，積極與飯店、旅遊、交通及會展等相關產業跨域合作，推動臺北市觀光發展。

展望 108 年下半年及 109 年上半年，因陸客限縮可能導致總體來臺人數大幅下降，本局將致力固本與拓源兩大策略，除持續針對鄰近亞洲地區成熟市場如日、韓、星、馬行銷，並積極拓展新興市場如東協、穆斯林國家客源，同時，結合「2020 東京奧運順遊臺北」方案，積極開發高端旅遊市場包括歐美、俄羅斯、中東等高潛力客源。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，以擴大國際觀光市場。

其次，會展產業是本市三大重點發展產業，也是因應陸客限縮的良方之一，本局除已成立專案辦公室專責推動會展產業發展計畫，並將持續與本府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，促進會展商務旅客在本市的停留與消費，更將爭取更多國際會議及展覽至本市舉辦，包括對中國大陸市場加強開發 MICE 商務客來臺。

另外，為培養與塑造本市大型活動口碑與品牌，下半年積極籌備 2020 跨年活動、2020 臺北燈節等代表性的大

型活動，尤其燈節將首度嘗試東西兩區合辦，本局所有同仁將全力以赴，朝打造大型活動為吸引全球旅客來訪亮點的目標努力。

以上謹就 108 年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！