

臺北市政府觀光傳播局施政報告

資料截止日期：108 年 3 月 31 日

資料更新日期：108 年 4 月 2 日

專責人員：王大同 職稱：專員 e-mail：qa-dayton@mail.taipei.gov.tw

電話：1999(外縣市：02-27208889)轉 7539

重要施政成果

壹、運用多元管道行銷市政與觀光

一、依不同行銷主題與對象，運用平面、戶外、電子媒體、市府 Line 官方帳號及我是台北人臉書粉絲頁行銷市政與觀光。

二、編印中外文定期刊物及全市、區域觀光摺頁、手冊(含電子全文供下載)，針對不同目標對象行銷本市豐富多元城市觀光意象，提供國內外遊客本市觀光旅遊資訊。於 107 年 10 月編印發行中、英語版之《散步大稻埕》、《散步中山雙連》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、製播《臺北城市意象》觀光宣傳影片：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。國內除於電視、捷運月臺電視、本市旅館房間播放外，並運用 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。

四、臺北廣播電臺

(一)配合本府政策與節慶活動，製播市政、民生、觀光、醫療、社福等議題節目與宣導帶，加強與市民溝通。107 年 7 月至 108 年 3 月公益插播帶宣導共計播放 3 萬 6,535 次，「公民總主筆」節目專訪共計 195 則。

(二)推廣新住民教育文化

1.為關懷新住民子女教養問題，每週六、日 20 時至 21 時於 FM93.1 及 AM1134 同步製播「心際能源會」節目，107 年 7 月至 108 年 3 月共製播 79 集。

2.為幫助我國兒童認識新住民父母原屬國的文化，讓小朋友自信成長，FM 93.1 製播「夢想共和國」節目，107 年 7 月至 108 年 3 月共製播 39 集。

3.為服務在臺新住民與移工，107 年 7 月至 12 月每週六、日 21 時至

22 時於 FM93.1 及 AM1134 同步製播「愛在他鄉的歲月」節目，計播出 53 集。

(三)製作優質節目，拓展閱聽多元族群，107 年 9 月 29 日《原來在臺北》節目主持人蔡文祥、林祝素蘭以及林金昌榮獲第 53 屆廣播金鐘獎綜合節目主持人獎。

貳、運用網路行銷提供即時訊息

一、網站營運、管理及推廣，舉辦多元網路活動，結合社群行銷，將臺北觀光旅遊訊息推廣至全世界。「臺北旅遊網」107 年 7 月至 108 年 3 月網站瀏覽量 3,149 萬、瀏覽人次達 608 萬；截至 3 月止，社群網「臺北旅遊網」臉書粉絲人數超過 36 萬人，「趣臺北」新浪微博粉絲則超過 76 萬人。

二、持續更新「現在玩臺北」App，提供旅客豐富資訊，「現在玩臺北」App 107 年 7 月至 108 年 3 月使用人次超過 398 萬人次。

參、辦理重大政策專案行銷

一、雙層觀光巴士：紅線與藍線自 106 年 1 月 18 日正式啟航營運，共有 8 輛車輛投入營運服務，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。108 年 2 月 1 日新增圓山飯店及龍山寺兩個站點，吸引更多旅客以不同高度體驗臺北之美。雙層觀光巴士於 107 年 7 月至 108 年 2 月期間，共吸引 6 萬 2,841 萬人次搭乘。

二、城市吉祥物經營：熊讚自 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。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。107 年 7 月至 108 年 3 月熊讚出席公益及城市行銷相關活動計 172 場，包括臺北河岸童樂會、臺北河岸音樂季、拜訪職人體驗、國慶花車續展、童樂平權、綠色運輸日、臺北溫泉季、臺大兒童醫院聖誕節活動、跨年晚會、赴臺中花博宣傳臺北週及臺北燈節等。

肆、舉辦城市觀光品牌系列活動

一、2018 臺北河岸童樂會：107 年 7 月 14 日至 22 日於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：107 年 8 月 17 日至 19 日於延平河濱公園舉辦連續 3 天的大型音樂會，以「擋不住的夏日戀曲」為主題，邀請時下最受歡迎的樂團及歌手輪番演唱，並於 8 月 18 日晚上舉辦長達 6 分 20 秒的水幕煙火秀。活動周邊安排胖卡市集、文創市集、啤酒專區、熊讚打卡專區及愛戀打卡專區，並結合大稻埕商圈共同參與活動，融入在地產業及文化。
- 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，除熊讚主題花車等 24 輛來自全國各地的特色主題花車及趣味的「臺北城市主題精神」尋寶活動，還有熊讚臨時郵局推出專屬郵戳、精彩舞台表演、在地文創手做攤位與市集，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—2019 跨年晚會：107 年 12 月 31 日在臺北市政府前市民廣場舉辦大型演唱會，以「狂放電」為活動主題，結合「電音」、「電競」、「電頻」、「電商」等現代電子元素規劃、辦理活動，邀請流行樂手接力演唱，並設計新穎電音、電競表演橋段，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迎接嶄新的一年。
- 五、2019 臺北燈節：108 年 2 月 16 日至 24 日於中華路一段、北門及行旅廣場辦理，活動有「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「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」等特色展區，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 38 個。2 月 16 日舉辦開幕儀式，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，另外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 天的展期人潮創新高，總計吸引超過 400 萬參觀人潮。

伍、推廣豐富多元的臺北觀光

- 一、觀光活動補助：節慶觀光類於 107 年下半年活動核定 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」、「世界盃行進樂隊大賽」、「文化觀光傳統表演藝術劇場—臺北戲棚」、「藝遊臺北探風采」等。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。

二、推出自由行優惠套裝產品及海外觀光推廣：107 年度與航空公司業者合作包裝臺北自由行產品，日本 5,000 份、韓國 1 萬份、馬來西亞 1 萬 1,500 份、泰國 6,500 份、印尼 4,500 份、菲律賓 4,500 份，吸引外籍旅客至本市自由行。8 月下旬赴首爾辦理「Undiscovered Taipei」冬季產品發布記者會；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，並於 8 月 23 日舉辦歡迎會，體驗臺北的穆斯林友善旅遊環境；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。另外，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 日至臺北踩線。9 月 19 日至 23 日參與東京旅展，邀請日本藝人加藤和樹出席推廣臺北觀光；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。

三、參加國內旅展：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，搭配臺北的多變百態，打造全新的承恩門外型意象，透過西區的大稻埕傳統意象，結合東區時髦流行的創意臺北，以新舊交融的手法，傳遞北意象，另結合最受歡迎潮牌 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。

四、MICE(會展及獎旅)補助與宣傳：107 年度共計核定補助 142 件。較具特色、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。此外，參加專業展宣傳部分，本局於 107 年 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，同時透過洽談及媒體記者會，向國際買家推介臺北市多元化的獎勵補助、臺北雙層觀光巴士及北北

基好玩卡(Fun Taipei Pass)及米其林美食。

五、台北探索館與梅庭營運：台北探索館館 107 年 7 月至 108 年 3 月累計參觀人數為 30 萬 9,671 人次；梅庭 107 年 7 月至 108 年 3 月累計參觀人數為 45 萬 7,728 人次。梅庭持續結合北投在地藝文資源推出展演活動，吸引遊客重遊，於 107 年 7 月 14 日辦理「溫泉鄉的情歌走唱會」，當日活動人次 2,066 人次；107 年 8 月 4 日辦理「北投青春父親節特別音樂會」，當日活動人次為 3,920 人次；107 年 9 月 1 日至 12 月 16 日辦理「遇見北投畫展」，期間 20 萬 5,813 人次參與；107 年 10 月 20 日辦理「舞出北投浴衣體驗活動」，當日活動人次 4,676 人次；107 年 11 月 17 日至 12 月 16 日辦理共 10 梯次「北投鄉村漫遊&彩繪鐵捲門」，活動 7 萬 666 人次參與；108 年 1 月 26 日至 27 日辦理「金橘慶喜開筆迎春 in 梅庭」，期間 1 萬 351 人次參與。

六、辦理大稻埕相關行銷推廣活動：107 年度 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。

陸、提供旅客安全旅宿環境

一、協助旅館業申請設立：本市旅館家數、客房數向來居全國之冠，近年來臺旅客成長迅速，也帶動本市旅館設立，統計 107 年 7 月至 108 年 3 月新設一般旅館 27 家。截至 108 年 3 月，本市一般觀光旅館 19 家、一般旅館 596 家，另國際觀光旅館 27 家，總計 642 家，客房總數超過 4 萬 1,980 間。

二、積極查處日租套房：107 年 7 月至 108 年 3 月查察日租套房 483 家次，並處分 103 家次、罰鍰 1,405 萬元，累計 99 年至 108 年 3 月查察 4,537 家次，處分 724 家次、罰鍰 1 億 3,218 萬元。另自 101 年起至 108 年 3 月共輔導 113 家業者取得旅館業登記證合法經營，以維護旅客安全與消費權益。

三、輔導業者取得溫泉標章：截至 108 年 3 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，另有 1 家市區業者，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。

柒、營造便利易遊觀光環境

- 一、觀光導引設施建置：截至 108 年 3 月，本市已設立 459 處觀光景點行人指標、192 座觀光導覽地圖牌，並於臺北車站地下層商店街、捷運及臺鐵共設置 60 面地貼，提供觀光客清晰易懂的導引。
- 二、本市 12 處旅遊服務中心營運管理：107 年 7 月至 108 年 3 月服務人次計 178 萬 7,148 人次、諮詢旅客計 37 萬 833 人次、發放觀光文宣計 112 萬 7,530 份，提供豐富多元旅遊資訊與友善、專業的旅遊諮詢服務；於本市信義、士林、西門町、永康街及北門 5 處觀光熱點辦理走動式觀光旅遊諮詢服務，107 年 7 月至 108 年 3 月累計服務 3 萬 6,829 人次。

捌、辦理新聞行政業務維護市民權益

107 年 12 月底公告 108 年度有線電視基本頻道收視費用，全市 10 業者各規劃 4 種頻道組合供訂戶選購，半年繳及年繳折扣下限並分別提高至 45 元及 90 元，另外，維持低收入戶全面免收有線電視裝機費及每月基本頻道收視費後、中低收入戶每月基本頻道收視費以二分之一計收。