

臺北市政府觀光傳播局施政報告

資料截止日期：109 年 3 月 31 日

資料更新日期：109 年 4 月 28 日

專責人員：傅武嫦

職稱：專員

e-mail：qa-arthur@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 FB 粉絲頁行銷市政與觀光。

二、編印中外文定期刊物、全市、區域觀光手冊摺頁(含電子全文供下載)、觀光行銷出版品，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。108 年重塑《台北畫刊》，注入多元觀點，運用線上、線下通路推廣，藉由本府自媒體及與其他網路媒體合作宣傳，提升《台北畫刊》線上點閱人數，拓展讀者群。

三、臺北廣播電臺

(一)配合本府政策與節慶活動，製播市政、民生、藝文觀光美食、教育、社福等議題節目與宣導帶，加強與市民溝通。108 年 9 月至 109 年 3 月公益插播帶宣導共計播放 2 萬 8,388 次。109 年 1 月至 3 月因應新型冠狀病毒肺炎，配合國家通訊傳播委員會徵用頻道，共計播出疫情宣導帶 3,584 次。「公民總主筆」節目專訪共計 131 則。

(二)推廣新住民教育文化

1. 為關懷新住民子女教養問題，108 年每週六、日 20 時至 21 時於 FM93.1 及 AM1134 同步製播「心際能源會」節目，108 年 9 月至 12 月共製播 35 集。109 年同時段改與中央廣播電臺合作製播「台印即時通」及「越聽越開心」節目，109 年 1 月至 3 月共製播 26 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，108 年 9 月至 109 年 3 月共製播 30 集。

(三)製作優質節目，拓展閱聽多元族群，108 年廣播劇《臺北都會劇場-一夜新娘》獲得第 54 屆廣播金鐘獎音效獎。

(四)因應打造雙語城市政策，自 109 年起，每週五晚上 6 時「公民總主筆」節目由市政顧問方恩格(Ross Feingold)提供全英語內容，並與常春藤有聲出版有限公司合作，週一至週五晚上 9 時 30 分製播「臺北常春藤英語」節目，打造多元英語學習環境。

貳、運用網路行銷提供即時訊息

- (一) 進行網站營運、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。108 年度(截至 12 月 31 日止)「臺北旅遊網」網站瀏覽量突破 4,079 萬次、瀏覽人次達 925 萬，雙雙創歷史新高；社群平台「臺北旅遊網」臉書粉絲人數超過 38 萬人。
- (二) 持續更新「現在玩台北」App，提供旅客豐富資訊，108 年度(截至 12 月 31 日止)「現在玩台北」App 使用人次超過 403 萬人次。

參、辦理重大政策專案行銷

一、雙層觀光巴士：雙層觀光巴士搭乘之觀光客係以菲律賓、韓國、日本、美國、中港澳等國家為主，提供有中、英、日、韓、泰等 5 種語版語音導覽系統。主要停靠站點為臺北車站、西門町、101 國際購物中心、故宮博物院等。108 年 2 月 1 日起新增圓山飯店及龍山寺兩個停靠站點；7 月新增小南門站(往南)、捷運大安站及信義敦化站，108 年 1 月至 12 月底，共吸引超過 12 萬 5,747 人搭乘。

二、城市吉祥物經營：

- (一) 持續維運熊讚 FB 粉絲專頁，熊讚粉絲數已累積 15 萬 9,014 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。
- (二) 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找尋美食，集結 50 家在臺北經營二、三十年以上的經典美味店家，於 108 年 12 月 19 日發表「熊比登」美食地圖，吸引全臺民眾感受不一樣的臺北。
- (三) 為推廣本市創新文化景點如秘境或打卡點，結合熊讚主題曲拍攝熊讚 MV 影片，吸引年輕族群前來本市探訪。影片於 10 月推出後，運用捷運月台電視、本府市政大樓及各機關電子螢幕、小巨蛋天幕、三創大樓外牆電子看板、本府 Line 官方帳號、熊讚 FB、本府 YouTube 等管道宣傳。
- (四) 參加第一屆臺灣吉祥物大賽獲得第一名，並於 108 年 11 月 23 日至 24 日赴日本參加世界吉祥物高峰展會，成功行銷臺北。
- (五) 與新東陽股份有限公司聯名推出限量版熊讚元宵提袋，並於 109 年 2 月 4 日舉辦熊讚搖元宵活動，為臺北燈節暖身。
- (六) 熊讚 108 年 7 月至 12 月共計出席 90 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、貓空封茶祭、反毒嘉年華園

遊會、大稻埕情人節、第一屆臺灣吉祥物大賽、臺北溫泉季、繽紛耶誕玩臺北、臺大兒童醫院聖誕節等活動。109年自1月迄今已出席公益與城市行銷活動包括黑熊來了電影包場活動、年貨大街發送紅包、搖元宵、陽明山花季開幕及棚拍照片等活動。

肆、舉辦城市觀光系列活動

- 一、「臺北最 High 新年城-2020 跨年晚會」：108年12月31日下午6時30分至109年1月1日凌晨1時，以「這裡我們混很大的」為主題，舉辦大型展演活動，晚會由黃子佼、LULU 聯手主持，邀請到五月天、SUPER JUNIOR-D&E、吳青峰、楊丞琳、獅子合唱團等超級卡司，搭配台北101新年大秀，打造為「亞洲必去，一生必遊」的跨年盛會，與超過60萬民眾一同倒數迎接2020年，觀光效益約新臺幣13.3億元。
- 二、2020 臺北燈節：2020 臺北燈節於109年2月8日元宵節當天至2月16日辦理，於臺北東、西區串聯登場。本次燈節首度以東西雙主場的概念，規劃南港、西門兩個主展演區，以捷運連結臺北不同風貌的東西區，一起發光。共同演繹今年臺北燈節主題：「TOGETHER WE GLOW，轉洞臺北轉動光」。東西兩個場域合計共45個燈區（包含周邊響應），帶給市民更豐富的賞燈體驗。燈節期間（東區及西區），總計283萬4,939人次參與，開閉幕及遊行直播瀏覽人次總計124萬2,419人次。（因受肺炎疫情影響，活動規模與場次縮減）
- 三、2020 臺北杜鵑花季：109年3月14日至4月5日在城南地區辦理。3月14日「杜鵑花音樂會」以「屬於我們的約定」為主題，邀請民眾到大安森林公園賞杜鵑花聽音樂。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、茨城縣笠間市等友好城市官方網站相互露出宣傳；產業化方面，本次推出花季限定商品，如杜鵑花小林煎餅、杜鵑花化妝鏡、杜鵑花野餐墊等，並整合100多家永康商圈及公館商圈在地特色店家共同參與行銷活動。活動預計約有20,318人次參與。（因受肺炎疫情影響，活動規模與場次縮減）

伍、推廣豐富多元的臺北觀光

- 一、觀光活動補助：為鼓勵民間單位於臺北市辦理觀光活動，活絡觀光產業，提升臺北觀光效益，吸引國內外旅客，本府觀傳局108年補助22件觀光活動，如「城南有意思」、「戲春大稻埕」、「秋 Out 音樂節」、「大稻埕國際藝術節」及「鬧熱關渡節」、「2019 臺北溫泉季」、「戀戀北投溫泉、尋蹤大稻埕」穆斯林旅遊推廣計畫、「玩賞艋舺一串連與活絡在地觀光

資源」及「提燈溜月點亮大稻埕」飯店通路聯合行銷計畫等，均成功吸引眾多旅客參與及活絡地方產業。

二、推出自由行優惠套裝產品及海外觀光推廣：

- (一) 日本：為吸引日本自由行旅客來臺觀光，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」來臺旅遊產品，日本旅客在 108 年 9 月至 12 月間參加前述合作企業之旅遊產品或機票來臺，可獲得限定好禮及參加抽獎活動。此外，9 月 29 日在日本辦理推廣記者會、參加 9 月 28 日至 29 日在東京上野公園舉辦之 Taiwan Plus 展出，並透過東京地鐵、社群網路等管道宣傳臺北觀光。
- (二) 韓國：於 108 年 7 月 12 日在韓國首爾樂天酒店舉辦「你所未見的臺北」記者會，由副市長蔡炳坤出席，同時邀請韓國藝人成勛共同參與，推薦五大人文生活場域，讓韓國遊客瞭解臺北各城區的文化歷史、發展脈絡、地方美食等；10 月 21 日於大邱市辦理推介會，亦邀請網紅 Yang Soobin 分享臺北行心得，並與航空公司合作，購買往返臺北機票可獲得限量好禮。
- (三) 東協十國：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 日舉辦歡迎記者會；8 月 30 日至泰國曼谷辦理產品發布會、9 月 1 日於當地知名商場 Siam Square One 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。9 月 19 日至 23 日赴印尼參加當地 Kompas 旅展，推廣本市穆斯林友善旅遊環境，並舉辦旅遊產品發布記者會。10 月 16 日至 18 日邀請菲律賓旅遊業者至本市踩線；10 月 23 日至 26 日邀請越南網紅 Tran Ngoc Thanh Thanh 至本市踩線。
- (四) 中東及美洲：11 月 29 至 12 月 2 日邀請阿聯酋航空產品部經理 Nasim Javaheri 至本市踩線，介紹臺北穆斯林友善旅遊環境及城市特色。
- (五) 亞洲旅遊推廣會議 CPTA (Council for Promotion of Tourism in Asia)：108 年 7 月 29 日本市與日本東京簽訂交換廣告備忘錄，於兩市的捷運和地鐵車站、車廂、月台電視放送城市形象廣告，以及本局台北畫刊上刊登東京廣告，相互合作推廣觀光；持續共同辦理攝影比賽，推廣兩市觀光產業。
- (六) 歐洲：9 月 8 日至 10 日赴莫斯科參加俄羅斯國際旅展，11 月 4 日至 6 日前往英國倫敦參加「2019 倫敦旅展」並推廣臺北市會展產業；10 月 14 日至 20 日邀請俄羅斯暨英國旅遊達人，來臺北進行七天六夜踩

線之旅，透過 IG、FB、YouTube 等傳播平台，以積極提升臺北在歐洲旅遊市場的知名度，創造觀光經濟新商機。

(七) 中國大陸：108 年 9 月 15 日本局與臺北市會議大使赴上海，針對組團、會展業者及商務考察人士，推介臺北深度會展獎勵旅遊，並於 9 月 13 日至 15 日於上海東方明珠電視塔展出微遊雙城圖片展，9 月 15 日於上海辦理推介會推廣臺北觀光及會展資訊，12 月 5 日至 8 日邀請上海媒體(達人)包含文化名人、會展組織代表、媒體、網路作家等來臺北進行熟悉之旅。

三、參加國內外旅展：108 年於國內外主要目標市場辦理共計 11 場旅展以及推廣會等觀光活動。國內旅展包括 108 年 3 月 22 至 25 日參加「臺北國際春季旅展」、5 月 17 日至 20 日參加臺北國際觀光博覽會、11 月 8 日至 11 日參加臺北國際旅展。海外旅展推廣國家包括日本、韓國、阿拉伯、香港、菲律賓、新加坡、泰國、俄羅斯與中國大陸等國大城市推廣來臺北旅遊。

四、MICE(會展及獎旅)補助與宣傳：

(一) 推廣本市會展產業：108 年 7 月 14 日至 20 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」東北亞推廣會，赴日本東京、福岡與韓國首爾推廣 MICE；9 月 2 日至 5 日邀請包括歐洲轉譯醫學學會、東協食品科技學會、電腦協會資訊檢核主題小組及韓國經濟朝鮮雜誌在內的 10 名高潛力海外會議獎勵旅遊業者及具影響力的國際媒體來臺踩線，宣傳臺北市會展旅遊資源；108 年 9 月 10 日至 12 日赴美國拉斯維加斯參加「2019 年美洲會議暨獎勵旅遊展 IMEX-America」；108 年 9 月 23 日至 27 日前往泰國曼谷參加「2019 年亞洲獎勵旅遊暨會議展(IT&CMA)」及辦理推廣活動。

(二) 贊助會展活動：108 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 139 件，其中較具特色或代表性之活動如：「2019 臺北國際烘焙暨設備展」、「臺北國際自行車展」、「2019 年臺北國際工具機展」、「台北國際電腦展」、「印尼 PT.INDOPARTS 獎勵旅遊」、「2019 年亞洲石油化學工業會議」等。另行政協助案件 17 件、成功爭取 23 件(截至 108 年 12 月 31 日)，如「2020 全國盆栽展」、「台北典亞國際藝術博覽會」、「2020 年亞洲台灣商會聯合總會年會」、「2020 年世界台灣商會聯合總會年會」等。

10 月 29 日辦理「109 年第 1 期會議、展覽及獎勵旅遊贊助」說明會，

針對國內有潛力之 MICE 價值鏈上游業者介紹本計畫內容以及本市提供之具體服務項目，如補(贊)助之申請項目、細節內容、相關流程與驗收核銷說明，提升 MICE 價值鏈業者對於本計畫與最新修訂之臺北市會展補(贊)助辦法的瞭解，鼓勵相關業者投入國際競標爭取會展獎旅活動在臺北市辦理；108 年 11 月 1 日至 30 日受理 109 年國際會議、展覽暨獎勵旅遊補助第 1 期申請，並於 12 月 11 日召開審查會議。109 年第 1 期 MICE 贊助案審查會議，共計協助國際會議 44 件、展覽 31 件、獎勵旅遊 3 件及爭取辦理案件計 2 件，共計 80 件。

五、台北探索館與梅庭營運：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 12 月累計參觀計 23 萬 1,480 人次。109 年 1 月至 3 月累計參觀計 3 萬 2,030 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 12 月累計參觀計 61 萬 4,229 人次。109 年 1 月至 3 月累計參觀計 10 萬 8,187 人次。

(一)台北探索館：108 年自 9 月 10 日至 109 年 2 月 29 日辦理「世界天空臺北」特展，以「臺北航空發展歷史」為主軸，展示超過 100 架軍機與民航機模型、從業人員訪談紀錄、珍貴史料影音等，本特展累積參觀計 5 萬人次。

(二)梅庭：108 年 8 月份辦理「父親節特別獻禮」，計 1,503 人次參與；10 月份配合「臺北溫泉季」記者會於本府 1 樓中庭設攤行銷展館，計 200 人次參與；11 月份辦理「藝起來梅庭-溫泉季特別活動『品茗賞樂趣』」，計 4,599 人次參與；109 年 1 月份為增添年節氣氛，循例辦理「新春書法活動」，現場揮毫春聯贈送民眾，計 6,429 人次參與。

六、推動長青樂活銀髮觀光

(一)為讓銀髮族樂活身心、了解臺北的市政建設，108 年持續舉辦「長青樂活遊臺北」專案活動，計有 48 處的市政景點供參加者選擇，並有 DIY 體驗活動；中午則準備符合 HACCP 認證的營養午餐，包含 2 主菜、4 副菜、1 水果及 1 湯品（或甜品），另外，為讓本市銀髮族更了解自身權益，安排本市「臺北五心」宣導團隊運用餐後空檔介紹「安心居、開心遊、歡心學、用心護、貼心顧」等 5 類「臺北五心銀向幸福」全貌。希透由此專案活動，鼓勵長者出外走走，增加人際互動、促進身心健康、創造樂活臺北市。

(二)「108 年度長青樂活遊臺北」專案自 5 月 23 日至 12 月 13 日辦理出

團活動，共計出團 788 車，出車率 89.5%，透過問卷調查顯示，很滿意的民眾佔 77.1%。另為讓更多民眾知曉本專案活動，自 6 月起，陸續透過臺北捷運跑馬燈及燈箱、戶外電子看板、市府 Line 官方帳號、廣播電台、及 7 月號《台北畫刊》等管道行銷宣傳。

陸、提供旅客安全旅宿環境

- 一、協助旅館業申請設立：108 年新設一般旅館 27 家，108 年累計：一般觀光旅館 19 家、一般旅館 603 家，國際觀光旅館 26 家，總計 648 家，客房總數為 4 萬 2,237 間。
- 二、積極查處日租套房：108 年日租套房共裁處 136 件，計裁罰 1,474 萬元。依發展觀光條例規定及本府觀傳局「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」，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，同時積極輔導業者合法經營。
- 三、輔導業者取得溫泉標章：截至 108 年 12 月底，本市已有 52 家取得溫泉標章，約佔全市 58 家營業中業者的 89.7%，其中於新北投溫泉區 39 家、行義路溫泉區 9 家、中山樓溫泉 1 家、馬槽溫泉區 1 家，另有 2 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 109 年 3 月底，本市已設立 478 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 40 面地貼，提供觀光客清晰易懂的導引。
- 二、本市 11 處旅遊服務中心營運管理：108 年度本市旅遊服務中心服務（包含行動旅服站）計 206 萬 7,426 人次，其中旅遊諮詢計 51 萬 8,001 次；另文宣發放量計 137 萬 276 份，108 年 1 月至 12 月配合本府大型活動設置行動旅服站共 5 個檔次（服務人次共 9,673 人次，諮詢人次共 1,964 人次）。

捌、辦理新聞行政業務維護市民權益

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，108 年規定各業者基本頻道至 108 年 11 月底須全面以高畫質播出，並提供 4 種頻道組合供訂

戶選擇。109 年起全面實施分組付費，各業者分別提供 A、B、C 等 3 種頻道組合。