

臺北市政府觀光傳播局
112年度施政計畫績效報告

壹、前言

本局以提升臺北市的城市形象及市政宣傳、觀光行銷推廣為目標，致力強化臺北多元友善共融、便利安全城市形象，串聯在地資源及商圈業者，打造季節代表性帶狀活動，優化觀光體驗，吸引觀光客來臺北，並爭取國際會展獎旅來臺北舉辦，亦著重本府各項重大市政宣傳及媒體聯繫工作，持續運用並優化多元宣傳管道行銷臺北市。

貳、機關 109 至 112年度預算及人力

一、近 4 年預、決算趨勢 (單位:百萬元)

預決算	109	110	111	112
預算	673	976	1,130	819
決算	628	950	1,101	756
執行率(%)	93.31%	97.34%	97.43%	92.31%

二、機關實際員額

年度	109	110	111	112
人事費占決算比例(%)	24.96%	17.40%	16.19%	21.49%
人事費(單位：千元)	156,726	165,324	178,257	162,432
合計	161	175	175	160
職員	115	115	115	115
約聘僱人員	33	47	47	32
警員	0	0	0	0
技工工友	13	13	13	13

* 技工工友包括駕駛；約聘僱人員包括駐外僱員。

參、重要年度目標、策略推動成果與未來精進方向

本局112年度重要年度施政目標為「舉辦城市特色節慶活動塑造臺北城市意象」、「城市吉祥物行銷」、「推廣及贊助本市 MICE產業」、「持續精進旅遊資訊與服務」、「強化旅宿業競爭力建構安全友善多元旅遊環境」等5項，透過打造季節代表性帶狀活動，優化觀光體驗，並搭配各局處重點活動進行整合行銷，結合線上線下資源、公私協力，將觀光經濟效益從各區外溢到全市，從臺北帶動臺灣，力爭更多國際會展獎旅來臺北辦理，優化會展環境行銷、塑造亞洲首選會展城市品牌，透過會展活動帶入商務旅客在本市停留與消費，強化「臺北」在國際市場之印象，並利用自媒體平台積極行銷旅遊景點及遊程資訊，強化臺北多元友善城市形象，推廣行銷臺北市。

年度目標	推動策略/作為	達成效益/成果	未來精進方向
舉辦城市特色節慶活動塑造臺北城市意象	<p>一、2023台灣燈會在台北:</p> <p>1.台灣燈會睽違23年重返臺北市，燈會主軸分為三大元素：「光」代表著光彩耀眼、光榮進步；「源」代表著多元共融、創新泉源；「未來」代表著虛實整合、永續城市。</p> <p>2.首創城市型燈會，橫跨4個捷運站(捷運忠孝復興站至捷運市政府站)，占地168公頃，總計369件作品，以及12個行政燈區展現各行政區的歷史風貌與文化氛圍，結合民間社會資源共同創作，共25間響應贊助單位，60項在地參與合作系列活動。</p> <p>3.為臺北市政府於疫情警戒降級後舉辦的首場國際型大型活動，除臺灣藝術家作品，另有自墨西哥、巴西、日本、法國、菲律賓、西班牙、香港、中國、澳洲、土耳其等國際藝術家展出作品；共計35個局處公所、3,000名志工共同參與。</p> <p>4.除燈區展出外，亦規劃踩街遊行、三大舞台表演及街頭藝人演出，總計259團表演團體，354場次表演。</p> <p>5.透過電視託播、廣播廣告、平面廣告、網路社群廣告、廣編稿、民間燈箱LED廣告，記者會及發佈新聞稿、媒體踩線團，及燈會專屬LINE官方帳號行銷宣傳，亦使用台北通統整燈會相關資訊宣傳。</p> <p>6.各展品於活動結束後延續燈會效益，辦理「再利用典藏計畫」，成功媒合29件作品。</p>	<p>19天活動吸引約1,200萬以上人次，並榮獲2023美國繆思獎17項獎項。經分析燈會活動期間服務台問卷結果(中文版5708份、英文版596份，總計6304份)，民眾對於「2023台灣燈會在台北」整體滿意度有94.1%皆為滿意或非常滿意，另有97.6%的民眾願意向他人推薦台灣燈會。</p>	<p>每年持續辦理台北燈節，並參考辦理燈會的成功經驗，將臺北市的特色與優勢持續納入台北燈節精進。</p>

年度目標	推動策略/作為	達成效益/成果	未來精進方向
	<p>二、2023台北花節:以「台北花節」活動推廣「台北花城」城市意象，主打行銷臺北市花卉，展現本府工務局、產發局、大安森林之友基金會、臺灣大學城及市區商圈里民等多年種花的成果，並透過帶狀活動吸引市民及旅客來臺北賞花。</p>	<p>透過「企心協里共植花苗」活動，洽談民間企業贊助花苗，並結合大安森林公園附近商圈在地里共植花苗；於「台北表演藝術中心」戶外廣場，以超過3萬盆花卉打造「城市花毯」，成為拍照打卡新亮點。辦理橫跨兩週末及週間(連續8日)「花伴野餐」活動，推廣賞花野餐生活，鼓勵市民環保減塑，計有3,727人次參與。</p>	<p>於春日時節、花卉盛開期間，辦理野餐活動，以親子、家庭齊聚一堂之溫馨幸福感為主軸，搭配小型音樂表演及文創市集，創造民眾春遊臺北之儀式感，吸引民眾前來臺北觀光旅遊，感受臺北春日之城市魅力，鼓勵民眾養成環保減塑及垃圾不落地之習慣。</p>
	<p>三、2023臺北開齋節歡慶活動: 1.串聯府內外相關單位如勞動局、商業處、在臺穆斯林團體及伊斯蘭國家駐臺單位等共同推廣。 2.募集穆斯林特色店家及清真認證旅宿等辦理清真市集。 3.針對穆斯林族群色規劃舞台表演及草地同樂區等活動。</p>	<p>於大安森林公園舉辦「2023 Eid-al-Fitr in Taipei 相聚台北 開齋食刻」活動，包含精彩舞臺表演、文化體驗區及超過40攤清真市集，亦首創「草地同樂區」及「穆斯林小旅展」，草地同樂區提供現場穆斯林、民眾點歌同樂，並安排街頭藝人與民眾互動，氣氛熱絡；穆斯林小旅展則邀集10家穆斯林友善旅宿及景點業者共同參加，推廣北市穆斯林友善環境現場實體活動共計近3萬人次參與、線上直播觀看突破3萬人次。</p>	<p>持續辦理開齋節歡慶系列活動並優化活動內容，亦與府內外相關單位深化串聯、擴大活動宣傳效益，以打造台北為多元共融穆斯林友善城市。</p>
	<p>四、大稻埕夏日節: 1.112年7月1日至8月20日在大稻埕碼頭、延平河濱公園舉辦，首度嘗</p>	<p>大稻埕夏日節吸引約59萬人次參與。另根據商業處及市場處調查，有效帶動</p>	<p>持續辦理具臺北特色的節慶活動，打造深植人心的活動品牌。</p>

年度目標	推動策略/作為	達成效益/成果	未來精進方向
	<p>試以長達51天帶狀活動，打造為全臺暑期觀光亮點。</p> <p>2. 規劃週週施放煙火外，並首次結合藍色水路遊船及水上岸上主題燈飾，同時串聯周邊商圈業者推出週間主題日優惠，吸引國內外遊客來訪，帶動周邊消費。</p> <p>3. 透過「我的最佳煙火視角」照片募集活動分流觀賞煙火人潮，讓民眾發現原來在臺北登高望遠如此容易。</p>	<p>周邊商圈產值提升，如台北迪化商圈發展促進會(上升20-30%)、台北大橋頭延三商圈發展促進會(上升30%)、台北市西門徒步區街區發展促進會(上升10%)、延三夜市(產值增加2倍)、寧夏夜市(產值增加3倍)。</p>	
	<p>五、臺北最HIGH新年城-跨年活動:</p> <p>1. 112年12月辦理「跨年報馬仔12區走透透」，將單一活動延長為帶狀系列活動。</p> <p>2. 於112年12月31日晚間至隔年1月1日舉辦，首度打造1+4多元舞台演出，並集結全臺最強卡司，提供民眾不同跨年體驗，倒數時刻結合台北101新年大秀，展現臺北獨有跨年儀式感。</p> <p>3. 結合商業形塑尊榮感，規劃專屬搖滾區，透過VIP專區設置吸引廠商贊助，以打造國際性歡樂溫馨的節慶氛圍。</p> <p>4. 與臺北市飯店、旅宿業者合作，藉活動舉辦吸引民眾留宿臺北。</p>	<p>跨年晚會當天逾17萬人參與，電視及網路轉播觀看人次超過1,212萬人次，臺北市旅館住房率達9成。</p>	<p>持續優化活動規劃及執行方式，吸引觀光人潮的同時，減少在地居民不便。</p>
城市吉祥物行銷	<p>運用熊讚以出席活動、社群媒體互動等創意及軟性方式行銷臺北及市政宣傳，設定強化熊讚的個性及品牌，提升民眾對熊讚之喜愛度；持續推動品牌授權洽談及聯合合作，以推動吉祥物經濟。</p>	<p>熊讚FB粉絲數20萬人、IG粉絲數2.2萬人。熊讚辦公室營業額達222萬8,874元；商業授權金額為52萬9,290元(含雷標、出席)。</p>	<p>持續強化熊讚品牌聲量，提升熊讚品牌辨識度及知名度，並增加與臺北之連結性。</p>
推廣及贊助本市MICE產業	<p>提供臺北市會展觀光一站式服務，結合多元觀光景點包裝主題遊程，發掘MICE特色場地，參與國際專業展，</p>	<p>以本市會展資源及多元旅遊為主題，製作宣傳影片，吸引國際企業至本市</p>	<p>持續提供一站式服務，協助會展業者場館介紹、特色景點、</p>

年度目標	推動策略/作為	達成效益/成果	未來精進方向
	辦理MICE熟悉之旅，規劃辦理會展主題論壇，贊助會展活動。	辦理獎勵旅遊及協會型國際會議，將臺北市新興或知名景點納入主題遊程，提供地接旅行社、會展及旅遊相關業者運用，10月17日至19日參加美洲國際獎勵旅遊與會議展 (IMEX America)、10月25日至27日參加亞洲國際旅遊展 (ITB Asia)，以「MICE辦理新趨勢」為方向，針對國際會議、國際大型活動、國內大型活動之新趨勢主題進行分享，持續辦理國際會議、展覽暨獎勵旅遊贊助，112年度共核定156件。	交通安排等客製化諮詢服務，並製作會展推廣宣傳文宣。辦理MICE補助，協助在本市舉辦的會展活動案件，以促進更多國際會展活動到臺北市辦理，創造會展周邊效益。參考亞洲重要會展城市之特色場地，盤點本市指標建築、藝文場館，針對尚無MICE活動使用規範之場地進行洽談，提供業者更多元的選項，以利整體環境推廣，透過參加國際專業展赴海外推廣，創造商務旅客順道觀光之商機。
持續精進旅遊資訊與服務	一、透過臺北旅遊網及「現在玩臺北」App，提供本市觀光旅遊資訊，並使用AR/VR推廣觀光，架設高畫質4K即時影像宣傳臺北市美景。	臺北旅遊網提供本市觀光旅遊資訊，並具有中、英、日、韓、西班牙文、印尼文、泰文、越南文等語言，另運用VR功能設置大稻埕商圈旅遊資訊，並提供碧山巖、大佳河濱公園、劍潭山微風平台、大稻埕碼頭、象山共5處4K即時影像，112年總觀看次數為403萬1,332次，持續維運並不定期剪輯縮時影片，112年臺北旅遊網站瀏覽量共計359萬7,419次，「現在玩臺	持續優化臺北旅遊網及「現在玩台北」App，導入資訊科技宣傳推廣本市觀光旅遊。

年度目標	推動策略/作為	達成效益/成果	未來精進方向
		北」App設置AR「漫步台北」功能，共25處景點，App總下載為51萬2,854次。	
	二、透過觀光文宣出版品行銷宣傳本市觀光與城市品牌，編印中、外文定期刊物、觀光旅遊文宣品、觀光行銷日曆。	編印發行12期《台北畫刊》及4期《TAIPEI》英、日文季刊，行銷宣傳本市觀光旅遊、生活休閒、城市意象及重要施政措施與成果等內容。編印發行中、外語版《UNDISCOVERED TAIPEI MAP》全區觀光地圖、「中山、雙連」、「艋舺、西門」、「城南、台大」、「北投、關渡」及「大稻埕、大龍峒」分區觀光摺頁、《COLOR TAIPEI》彩虹手冊、《Guide to Muslim-friendly Travel in Northern Taiwan》穆斯林手冊等，提供民眾本市基礎旅遊資訊及主題旅遊推薦。編印113年觀光行銷日曆，藉精美圖片與實用資訊，行銷本市特色景點、節慶活動、市政建設、民俗慶典等豐富內涵。	持續優化與深化定期刊物報導內容，發掘吸引人之報導題材，配合時下流行議題或旅遊需求，企劃觀光旅遊文宣主題，發行紙本文宣，亦同步將內容刊登於臺北旅遊網，透過數位化宣傳增加閱眾、提高觀光訊息傳播效益。
	三、為服務國內外旅客，本市以8處旅遊服務中心、3處遊客中心及5條走動式觀光旅遊諮詢服務，提供旅客完善的旅遊諮詢服務及豐富的觀光資訊，以達行銷本市旅遊特色以及行銷	112年度本市旅遊服務中心服務計124萬6,161人次，發放文宣73萬7,504份。另走動式觀光旅遊諮詢服務計2萬1,437人次。	持續推動本市旅遊諮詢服務，為旅客打造便捷易遊旅遊服務，預計提升10%服務人次，預計113年服務

年度目標	推動策略/作為	達成效益/成果	未來精進方向
	城市友善旅遊形象，持續提供「旅遊景點資訊」、「交通食宿資訊」、「遊程諮詢」、「文宣、地圖索取」、「旅遊圖書查閱」、「放大鏡、老花眼鏡出借」、「行動電話緊急充電」等服務項目。		人次提升至138萬人次。
強化旅宿業競爭力 建構安全友善多元旅遊環境	一、重視永續淨零旅遊，透過推出臺北綠旅宣言及核發標章，鼓勵業者簽署並響應「永續環保理念」，輔導旅宿業者「提供高齡友善服務」提供高齡者更舒適及健全之住宿體驗及服務，推動性別平等及多元性，輔導本市旅宿業打造性別友善空間，提高性別認同基本意識。	臺北綠旅標章旅館303家、高齡及無障礙友善旅館297家、臺北性別友善旅宿標章貼紙46家。	輔導本市旅宿業轉型，強化其競爭力，打造具韌性的旅宿產業。
	二、以多元管道查緝非法旅館業房源，集結建管、消防、公安、稅捐及行政執行等各權責機關，協力遏止本市非法旅館業發展，持續追蹤查處後房源使用情形，依行政執行作業流程，以強制執行手段（怠金、斷水斷電）促使非法經營旅館歇業，提升查處成效。	112年查察家次計1,648次，裁處非法旅宿業者(含怠金)計180件，裁罰金額計1,903萬元。	積極提升非法旅館業稽查及管控成效，維護本市旅宿環境安全及品質。
	三、自108年起辦理穆斯林友善景點暨旅宿輔導計畫，成功輔導超過70家本市景點、旅館業者設置淨下設施及祈禱室，並經認證單位查核後，取得穆斯林友善認證。另為增進穆斯林旅客在臺飲食便利性，112年首度與民間企業「全家便利商店」合作，共同於本市熱門景點、交通樞紐周邊的8家全家便利商店店舖(如台北101、國父紀念館、臺北車站、東門永康商圈及大稻埕等)，推出「穆斯林友善商品專區」，專區商品皆是經過「中國	臺北市是全台擁有最多穆斯林友善旅館、景點與設施的城市，本市並在112年6月1日於新加坡舉辦之新月評等清真旅遊獎中，榮獲2023年「最有潛力穆斯林友善旅遊目的地城市獎-非伊斯蘭合作組織」獎項，為國際間對本市推動穆斯林友善環境成果的肯定。112年12月22日於全家台北101分店辦理「穆斯林友善商品專區	持續建置穆斯林友善環境。

年度目標	推動策略/作為	達成效益/成果	未來精進方向
	回教協會」所嚴格確認、檢視過商品成份，供穆斯林朋友安心選購。	發佈會」，透過本局宣傳管道與合作單位全家便利商店、中國回教協會、台北101協助宣傳，並經多家媒體報導，擴大觸及穆斯林族群與需求者，且達到鼓勵不同通路設置穆斯林商品專區、鼓勵製造廠擴大生產友善商品種類之目的。	

肆、整體風險管理(含內部控制)推動情形

本局已依各項風險管理及危機處理作業原則，將風險管理(含內部控制)融入所有業務與決策運作，並透過風險辨識及風險評估，採取各種內部控制措施或相關處理機制，以降低風險；並每年依「臺北市政府實施內部控制制度作業原則」檢視內部控制項目流程及控制重點進行增刪修訂以維持作業有效性，並辦理實地稽核業務執行情形，經由良善管理確保達成施政目標。