

臺北市商業處112年重要施政成果

施政摘要

本處以受理及審核本市公司與商業登記事宜、輔導及管理本市特定目的事業、推廣及行銷本市特色產業、輔導及活絡本市商圈發展為主要業務，112年重要施政成果包括「登記e傳送，補正即時通，營業場所查詢服務，提升為民服務品質」、「辦理商業訪視、商品標示查察與受理消費爭議申訴案件，維護消費者權益」、「查察強制投保公共意外責任保險，以促進消費生活安全」、「整合本市特色商圈及產業辦理城市主題行銷」等，另因應後疫情辦理提振商機振興措施。

施政要項及業務窗口

施政要項	重要計畫或措施	業務窗口
便捷登記服務	登記e傳送，補正即時通	02-27208889/1999轉6515周代理 科長
	簡化登記作業行政程序	
	營業場所協助查詢服務	
安全商業環境	商業訪視管理	02-27208889/1999轉6551方科長
	商品標示查察	
	辦理公司命令解散及商業 校正	02-27208889/1999轉6515周代理 科長
	查察強制投保公共意外責 任保險業務	
	消費爭議申訴案件處理	02-27208889/1999轉6503蔡科長
發展特色產業	推廣本市美食產業	02-27208889/1999轉6503蔡科長
	推廣本市特色產業	
營造多元商圈	輔導特色商圈發展	02-27208889/1999轉6475翁科長
	形塑臺北城市風貌	
	商圈E化轉型及振興	

臺北市商業發展概況

本處在商圈、產業、店家及各局處的共同努力下，藉由「便捷登記服務」、「安全商業環境」、「發展特色產業」及「營造多元商圈」4大策略主軸，促進商圈店家、產業整合交流，匯聚商圈產業特色及節慶議題，輔以創意多元行銷活動，達到提升店家營業額、消費者滿意度以及城市品牌行銷3大目標。

截至112年12月31日止，登記在臺北市之行號家數為6萬2,242家，公司家數為17萬7,593家，總計23萬9,835家，較111年增加2%。112年本市公司行號新設立家數計1萬6,275家，較111年增加9.34%。112年解散、歇業家數計8,936家，較111年減少4.32%。

臺北市公司商號登記家數統計表

單位：家

年度	新設立	解散、歇業	年底總家數
108	16,512	10,847	238,542
109	16,323	9,864	239,434
110	16,143	9,591	237,401
111	14,885	9,339	235,126
112	16,275	8,936	239,835

資料來源：臺北市公司登記家數及資本額變動表、臺北市商業登記家數異動表

若就行業別觀之，以「批發及零售業」5萬6,091家(佔23.39%)最多，其次為「專業、科學及技術服務業」3萬4,662家(佔14.45%)及「製造業」2萬8,867家(佔12.04%)。

臺北市行號、公司登記家數統計表 (依行業別)

單位：家；%

行業別	行號家數	公司家數	公司行號 總家數	所佔百分比
總計	62,242	177,593	239,835	100
農、林、漁、牧業	184	2,802	2,986	1.25
礦業及土石採取業	7	378	385	0.16
製造業	769	28,098	28,867	12.04
電力及燃氣供應業	8	1,528	1,536	0.64
用水供應及污染整治業	116	369	485	0.2
營建工程業	2,379	20,089	22,468	9.37

批發及零售業	30,032	26,059	56,091	23.39
運輸及倉儲業	5,109	5,017	10,126	4.22
住宿及餐飲業	9,915	2,097	12,012	5.01
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	1,073	11,332	12,405	5.17
金融及保險業	444	24,257	24,701	10.3
不動產業	232	8,961	9,193	3.83
專業、科學及技術服務業	2,217	32,445	34,662	14.45
支援服務業	1,365	5,309	6,674	2.78
公共行政及國防；強制性社會安全	0	0	0	0
教育業	201	163	364	0.15
醫療保健及社會工作服務業	0	5	5	0
藝術、娛樂及休閒服務業	2,894	886	3,780	1.58
其他服務業	5,297	3,838	9,135	3.81
未分類	0	3,960	3,960	1.65

資料來源：臺北市公司登記、商業登記統計表

再就行政區分布情形分析，以設於中山區 4 萬 4,836 家(佔 18.69%)最多，其次為大安區 3 萬 7,306 家(佔 15.55%)及松山區 2 萬 6,396 家(佔 11.01%)。

臺北市行號、公司登記家數統計表 (依行政區)

單位：家；%

區別	總計	松山	信義	大安	中山	中正	大同	萬華	文山	南港	內湖	士林	北投
行號家數	62,242	6,283	4,777	7,490	8,660	4,766	4,643	5,873	3,782	2,147	4,957	4,881	3,983
公司家數	177,593	20,113	19,056	29,816	36,176	15,744	12,546	6,131	4,776	4,608	15,720	8,206	4,701
總家數	239,835	26,396	23,833	37,306	44,836	20,510	17,189	12,004	8,558	6,755	20,677	13,087	8,684
所占百分比	100.00	11.01	9.94	15.55	18.69	8.55	7.17	5.01	3.57	2.82	8.62	5.46	3.62

資料來源：臺北市公司登記、商業登記統計表

便捷登記服務

一、「登記 e 傳送，補正即時通」

為全面提升辦理公司、商業登記之便利性，持續推動「登記 e 傳送，補正即時通」，以增進作業效率、減少行政成本，提升市民滿意度及為民服務品質。

- (一)登記 e 傳送：除簡訊通知及網路查詢外，亦可以 QR CODE 線上掃描快速查詢案件進度服務，申請人以智慧型手機掃描案件收據上的 QR CODE，即可瞭解案件最新申辦情形。
- (二)補正即時通：補正資料依法屬得以影本檢送之文件，開放以 E-MAIL 補正方式接受申請人電傳電子檔，由專人列印文件後登錄補正，每件節省申請人臨櫃補正約 60 分鐘的車程往返及等候時間。
- (三)多元繳費管道：繼 102 年 12 月 23 日起推出悠遊卡繳費服務後，陸續於 106 年推出信用卡、綁定信用卡行動支付之臨櫃繳納規費服務，於 107 年 12 月開放 pay.taipei(智慧支付平臺)繳納登記規費，於 110 年 3 月起提供悠遊付繳費等多元繳費方式，並於 112 年 12 月起提供四大超商繳費等多元繳費方式。



二、簡化登記作業行政程序

112 年度共受理 18 萬 5,604 案之公司及商業登記申請案件，為簡政便民，本處積極簡化作業程序，截至 112 年底共推出 66 項登記隨到隨辦申請項目，

112 年度隨到隨辦案件受理件數計有 5 萬 3,248 案，占全體申請案的 28.69%。

臺北市公司商號申請案受理家數統計表				
單位：件；%				
年度	組織別	申請案 受理件數	隨到隨辦 受理件數	隨到隨辦受理件數 占全部申請案比例
108	公司	159,308	36,638	23.00
	商業	24,200	24,200	100.00
	小計	183,508	60,838	33.15
109	公司	170,567	35,363	20.73
	商業	26,863	26,863	100.00
	小計	197,430	62,226	31.52
110	公司	160,466	21,735	13.54
	商業	27,358	27,358	100.00
	小計	187,824	49,093	26.14
111	公司	158,860	18,109	11.40
	商業	25,510	25,510	100.00
	小計	184,370	43,619	23.66
112	公司	156,290	23,934	15.31
	商業	29,314	29,314	100.00
	小計	185,604	53,248	28.69
資料來源：臺北市商業處公司登記速件案件核准數統計表、臺北市政府核准商業登記申請案 審理時間統計表				

三、營業場所協助查詢服務

為兼顧商業發展與公共環境安全，並避免商家於承租(購)裝潢後才發現營業場所欲從事之營業使用行為，因違反土地使用分區、建築管理規定而遭致裁罰、投資損失，自 109 年起，推出營業場所預先查詢系統，提供民眾於擇定營業場所、簽訂房屋租賃契約、裝修或辦理登記前，可於線上預先查詢其擇定之營業場所是否符合都計建管規定，全程 e 化辦理收件、審查及回復作業。

112 年起全面推行公司(商業)於申請設立、遷址、新增營業項目登記前，先行申請營業場所預先查詢；另自同年 7 月起，宣導申請營業場所預先查詢時，以「本業」審查「F501060 餐館業」或「F203020 菸酒零售業」時，需

同時預審「F501050 飲酒店業」，並於核准登記時隨案告知查詢結果及相關宣導事項。112 年提供查詢服務總計 72,438 件，100%先預審後送件，落實源頭管理及降低民眾觸法損失。

安全商業環境

一、商業訪視管理

為維護消費者及合法業者權益，健全本市商業活動，依「臺北市政府產業發展局執行維護公共安全商業管理工作計畫」及「商業稽查作業標準書」執行商業訪視，112 年度總計訪視 2,567 家次，其中舞廳、舞場等八種行業 562 家次、電子遊戲場業 24 家次、資訊休閒業 46 家次、一般行業 1,519 家次，十種行業訪視比率為 24.62%。

另為加強電子遊戲場業、舞廳、舞場等八種行業、資訊休閒業列管複查及營業場所聯合檢查，以落實該等行業管理，保障市民消費安全，每年各執行 1 次電子遊戲場業及資訊休閒業營業場所聯合檢查及 2 次八種行業營業場所聯合檢查。112 年度總計檢查 242 家次(電子遊戲場業 8 家次、資訊休閒業 36 家次、舞廳舞場等八種行業 198 家次)，對不符規定者均依法處罰或持續複查至改善為止。

二、商品標示查察

為落實商品正確標示，保障消費者權益，112 年度辦理商品標示抽查件數共 11,131 件，不合格計 2,120 件，不合格率 19.05%。其中為配合經濟部辦理每年每季專案抽查共 36 項如一般防蚊商品、五金工具、低動能遊戲用槍、傳輸線(產地非臺灣者)、全自動咖啡機等共 6,778 件，不合格計 1,274 件，不合格率 18.8%。另受理外縣市移送標示不合格案件計 1,516 件，上開不合格者均依商品標示法規定促請廠商改正。

臺北市商業處受理商品標示案件統計表

單位：件；%

年度	108 年	109 年	110 年	111 年	112 年
全部抽查件數	8,490	7,700	7,363	11,587	11,131

全部抽查不合格件數	1,862	1,696	1,223	2,188	2,120
全部抽查不合格率	21.93	22.03	16.61	18.88	19.05
配合經濟部辦理專案抽查件數	6,551	5,277	5,691	6,689	6,778
專案抽查不合格件數	1,011	965	819	1,237	1,274
專案抽查不合格率	15.43	18.29	14.39	18.49	18.8
受理外縣市件數	1,115	1,101	848	749	1,516
資料來源：臺北市政府商品標示抽查結果統計表、臺北市政府受理外縣市案件統計表、臺北市政府移送外縣市案件統計表					

三、辦理公司命令解散及商業校正

為落實公司商業管理，主動函請財政部臺北國稅局提供無營業跡象之營業人資料，並與本處公司登記、商業登記資料比對，針對有公司法第 10 條或商業登記法第 29 條第 1 項規定自行停止營業 6 個月以上情事者，列為校正對象，使登記更符合現況。112 年總計通知申復 1,599 家，命令解散 1,041 家，廢止登記 1,309 家。

臺北市公司商號命令解散及商業校正家數統計表				
單位：家				
年度	組織別	通知申復	命令解散	廢止登記
108	公司	11,750	12,363	3,072
	商業	551		470
	小計	12,301	12,363	3,542
109	公司	1,512	1,228	3,166
	商業	472		576
	小計	1,984	1,228	3,742
110	公司	778	1,066	6,228
	商業	455		413
	小計	1,233	1,066	6,641
111	公司	1,723	1,405	5,674
	商業	465		471
	小計	2,188	1,405	6,145
112	公司	1,071	1,041	862
	商業	528		447
	小計	1,599	1,041	1,309
資料來源：臺北市商業處公司法第 10 條（第 1 款及第 2 款）命令解散作業月報表、臺北市商業處統計表				

四、查察強制投保公共意外責任保險業務

為保護本市消費者權益，促進消費生活安全，本處依「臺北市消費場所強制投保公共意外責任保險實施辦法」規定，通知應投保之消費場所投保公共意外責任保險；截至 112 年 12 月 31 日止，本處權管消費場所應投保公共意外責任保險計 1,753 家，已投保 1,753 家，投保率 100%。

五、消費爭議申訴案件處理

為保護消費者權益，本處 112 年度共受理消費爭議申訴案件 4,461 件，其中「線上遊戲類」1,308 件為最大宗，其次為「其他商品類」625 件，總件數較 111 年增加 871 件，上升 24.26%。本處持續積極依消費者保護法、臺北市消費者保護自治條例及消費爭議申訴案件處理要點等規定處理消費爭議案件，促使業者妥適處理紛爭，提升消費品質。

臺北市商業處受理消費爭議申訴案件統計表						
單位：件						
年度 申訴類別		108 年	109 年	110 年	111 年	112 年
總計		3,092	3,723	3,809	3,590	4,461
商品類小計		2,048	2,437	2,493	2,328	2,551
商品類	電腦類	204	210	311	260	212
	車輛類	154	165	205	190	255
	家電用品類	259	356	383	390	461
	手機類	239	264	236	238	291
	服飾織品類	164	235	220	200	274
	育樂類	27	60	42	23	64
	文具商品類	2	2	0	0	0
	玩具商品類	36	42	39	27	107
	鞋子飾品類	109	144	148	144	143
	家具類	61	92	80	86	119
	其他商品類	793	867	829	770	625
服務類小計		1,044	1,286	1,316	1,262	1,910
服務類	線上遊戲類	548	540	748	668	1,308
	婚紗攝影類	53	71	63	57	61
	洗衣類	27	33	34	20	30

	非補教課程	193	186	175	158	172
	其他服務類	223	456	296	359	339
資料來源：臺北市商業處受理消費爭議申訴案件月統計表						

發展特色產業

一、美食在台北-Tasting Taipei

持續以「美食在台北(Tasting Taipei)」品牌推廣本市特色美食，112 年辦理「美食在台北-鍋際大賞」活動，於 5 至 6 月招募「饗宴鍋物組」、「經典鍋物組」火鍋店家參與，7 月份辦理網路人氣票選及趣味心理測驗吸引民眾關注活動議題，投票人數達 19,815 人次計 239,045 票，8 月份透過專家評選擇出「饗宴鍋物組」、「經典鍋物組」各前 5 名，並於 10 月份結合 8 家電子支付業者整合旗下超過 635 家次的火鍋店家推出「美食在台北-台北美食月」活動提供消費者回饋方案，交易筆數計 12 萬 2,285 筆，帶動營業額超過 8,000 萬元，另「鍋際大賞」火鍋店家發票登錄活動登錄筆數計 4,356 筆，營業額逾 670 萬元，刺激本市餐飲產業商機。



美食在台北-鍋際大賞授證暨台北美食月啟動記者會大合照



「美食在台北-鍋際大賞」活動主視覺



「美食在台北-鍋際大賞」店家料理展示



「美食在台北-鍋際大賞」店家餐點照

二、台北好時尚

為持續發掘新銳設計師，2023「台北好時尚」TOP 時裝設計大賞以「【】 in Taipei」為主題舉辦決賽暨動態秀，從中各選出 10 名設計師與學生設計師進入決賽，並選出設計師組及學生組金獎、銀獎、佳作得主，另完成 2 場設計師與布料、副料等產業媒合會，成功媒合 33 件，並以 DCARD 拍攝影片創意行銷、時尚街拍、靜態展等，提升設計師知名度，展現台北時尚軟實力，將時尚之美融入生活日常。



2023「台北好時尚」TOP 時裝設計大賞



2023「台北好時尚」第 1 次媒合會



2023「台北好時尚」TOP 時裝設計大賞走秀



設計師組金獎得主胡俊丞獲獎作品



學生組金獎得主陳聖元獲獎作品

三、促進產業活動及獎勵表揚補助

為強化產業動能、活絡商機，鼓勵本市產業自主辦理促進產業及獎勵表揚活動，112 年補助金額 700 萬元，核定補助如 TSCA 金杯獎咖啡競賽、臺北國際牛肉麵節等 12 案促進產業活動，獎勵表揚活動 3 案，共計 15 案，行銷類活動總參與人數 167,856 人、媒體曝光度計 230 則；獎勵表揚活動共補助 3 個產業組織辦理，共表揚 348 個店家、250 位從業人員、媒體露出總計 33 則。



2023 第六屆 TSCA 金杯獎咖啡競賽



2023 臺北國際牛肉麵節徵件記者會



2023 臺北網紅嘉年華活動現場



2023 Taipei 正裝時刻 - 紳士俱樂部



2023 華人公益節推廣公益活動



慶祝第 77 屆商人節暨表揚大會

營造多元商圈

為帶動本市商業發展動能，使本市商家能安心投資、永續經營，以「品牌節慶推廣」、「商圈活化輔導」、「提案補助」及「數位轉型」4大面向，導入在地參與元素，促進商圈、產業與店家整合交流，並以節慶議題結合多元創意行銷活動，匯聚商圈產業特色，推動商圈友善樂活環境，型塑臺北獨特城市意象。

一、品牌節慶推廣 - 打造大型商圈特色活動

(一) 商圈嘉年華 - 台北生活祭

為展現本市商圈多元特色，於 112 年 8 至 10 月間先行舉辦 4 場「雙商圈」小旅行為活動暖身，並於 112 年 9 月 29 日至 10 月 1 日以「時光」為主題，「台北時光自由行」為 SLOGAN，進行為期 3 日主場活動，分展區體驗式行銷，共 27 處商圈產業、75 個攤位參展，另於期間辦理「星光時光野餐趴」活動，總計 8 萬 4,371 人次參加，創造約 5,773 萬元營業額，店家滿意度達 88%、民眾滿意度及願意再次參與活動比率為 92.4%。



2023 商圈嘉年華活動市集



星空野餐趴活動現場



SNOWAVE 浪花捲-星球自由行的兔兔商品

(二)台北年貨大街

「2023 臺灣年味在臺北」以「過年講究不將就」為主題，串聯迪化街、華陰街、後車站等十大年味商圈共同行銷。5 座巨型「福氣萌兔氣球裝置」搭配各商圈萌兔妝點，結合共創燈區、開運紅包牆、年藝體驗表演等吸引人潮；與蝦皮購物合作串聯 108 家店家推出「台北年貨大街線上專區」；結合知名 KOL 拍攝宣傳影片，由市長至各年貨商圈走街拜年，發送「兔 gether 發財金」，活動期間創造 16 億元營業額，吸引 141 萬人次參與，活動滿意度超過 80%。



兔 gether 發財金



與蝦皮、萊爾富異業合作



迪化商圈年貨大街現場



蔣萬安市長於走街活動發送兔 gether 發財金



市長體驗永樂廣場紅包牆活動



榮濱年貨大街採買人潮

(三)續紛耶誕玩台北

為營造本市耶誕節慶氛圍，於 112 年 12 月 1 日至 113 年 1 月 1 日辦理「2023 續紛耶誕玩台北」，整合 15 大百貨體系資源，打造本市逾 80 處耶誕燈飾與信義區空橋妝點，以「馴鹿之光」為主題，並舉辦共 16 場次的「全民馴光」創意快閃活動，同時結合貼文抽獎吸引民眾目光，及逾 40 場展演聚客活動，透過 3 波段行銷加以宣傳，如第 1 波前導影片露出、KOC IG 貼文；第 2 波於 12 月 1 日辦理記者會、活動官網及 32 家數位電子露出等；第 3 波網紅宣傳影片等，吸引消費人潮，帶動周邊產業商機，活動期間捷運市政府站及世貿/101 站每日出站人次相較活動前 1 個月平均增加 1 萬 1,597 人次，與去年同期相比增加 1 成 3、KOL 宣傳影片達 34 萬 4,247 觀看次數，媒體露出至少達 170 則以上。



2023 續紛耶誕玩台北啟動記者會



信義區馴鹿之光燈飾

	
新光三越台北信義新天地-時光之樹(左)及 A8、A9 空橋燈飾(右)	
	
巴賽穹頂-統一時代百貨台北店	夢幻馬車 - 台北 101

(四)亮點競爭型計畫

1.2023 天母啤酒節

於暑假檔期 112 年 6 月 22 日至 7 月 23 日舉辦 2023 天母啤酒節，串聯在地逾 100 間店家、3 大百貨及 8 家知名啤酒業者參與，連續 4 週先以異國啤酒主題活動預熱，推出 7 款特仕酒及 4 款特仕餐，2 日主場活動邀請知名藝人表演，現場 80 個攤位進行展售，包含韓國大邱、墨西哥等辦事處代表共同參與，推動天母啤酒節邁向國際化，活動逾 23 萬人次參加，業者滿意度為 89%，消費者滿意度為 92%。

 禁止酒駕 🚫 酒後不開車安全有保障	 禁止酒駕 🚫 酒後不開車安全有保障
2023 天母啤酒節大合影	市長贈送墨西哥商務簽證文件暨文化辦事處 限定款啤酒
 禁止酒駕 🚫 酒後不開車安全有保障	 禁止酒駕 🚫 酒後不開車安全有保障
市長與韓國大邱代表合影	民眾體驗不同限定款啤酒
 禁止酒駕 🚫 酒後不開車安全有保障	 禁止酒駕 🚫 酒後不開車安全有保障
民眾遊逛天母啤酒節市集攤位	活動舞台表演越夜越精彩

2.北投夏日魔法節

112 年 7 月 28 日至 9 月 2 日在七星公園與北投公園等場域辦理北投夏日魔法節，結合藝術家創作設置 7 處特色打卡裝置物，其中「夏樹精靈」及「北投故事溪流光影」為夜間光影定目劇！每週例假日辦理主題展演活動，包含 12 場的奇幻之旅導覽及 8 場奇幻職人講座，並串連在地百間特約店家共推行銷優惠，形塑北投夏天必遊新亮點，活動期間逾 14 萬人次

參與，店家營業額成長 2 成。



活動現場貴賓大合照



主題打卡裝置物-有你有愛



七星公園現場人潮



民眾參與奇幻之旅導覽



民眾遊逛聯合展攤

3.八德 3C 哈樂 Day-112 年首度舉辦

於 112 年 10 月 7 日至 11 月 5 日結合八德商圈、三創生活園區及光華數位新天地等周邊店家，辦理 3C 科技、動漫、二次元及電競電玩等 4 週主題展演，並於 2 日主場活動邀請知名藝人演出，現場設置活動吉祥物八哥及 5 大知名動漫 IP 裝置供民眾拍照打卡互動，活動逾 21 萬人次參加，活動期間店家平均來客數提升約 7.47%、平均每日營業額提升約 7.46%。



八德資訊商圈吉祥物「八哥」



民眾於動漫週與表演團體熱烈互動



人氣偶像於二次元週帶領商圈大遊行



3C 科技週民眾排隊體驗 AR 及 VR



民眾遊逛主題活動攤位



民眾熱情參與主場演唱會

4.西門 PLAY 樂購町-3 年輔導有成，商圈自營品牌

於耶誕節慶期間 112 年 12 月 6 日至 31 日辦理「2023 西門 PLAY 樂購町」，在西門捷運 6 號出口後方、真善美廣場及紅樓前廣場設置亮點裝置物、於例假日辦理展演活動，如二次元偶像團體等及串連在地 74 家特約店家推出行銷優惠，吸引民眾消費遊逛；活動期間西門捷運站每日出站人次相較活動前 1 個月平均增加 6,357 人次，媒體露出共 38 則，店家參與滿意度 82.5%，消費者滿意度 86%。



2023 西門 PLAY 樂購町啟動儀式



活動大使-未來少女



2023 西門 PLAY 樂購町演唱會



活動大使精彩演出

二、主題專案輔導

(一)忠孝東區振興計畫

自 108 年起以「一個再定位—商圈再定位，三個主策略—強化主題空間、規劃人行系統、活絡捷運地下街」推動商圈發展，112 年共計完成 13 項軟硬體設備改善；另配合「2023 台灣燈會在台北」設置 5 件中型燈飾作品及 43 件藝術入店作品，於 7 月及 11 月舉辦「2023 混東區潮 FUN 夏

日趴」與「東區週年慶」2 場指標性活動，業者及消費者活動滿意度均達 8 成以上，另於 12 月耶誕節至 113 年元宵節辦理「漫遊宇宙混東區」，並設置 5 處燈飾妝點，透過商圈主體品牌活動導客走入東區。



硬體設施改善



台灣燈會藝術裝置



2023 混東區潮 FUN 夏日趴啟動儀式



活動嘉賓精彩開唱吸引眾多人潮



民眾遊逛東區「混市集」



東區週年慶藝起購舞台表演

(二)萬華士林商圈輔導活化計畫

結合七夕情人節議題，串聯士林與萬華商圈共同於 112 年 8 月 11 日至 8 月 27 日辦理「士林萬華饗樂購 台味浪漫應援團」活動，發放商圈

消費抵用券、商品優惠券及學生加碼福袋總計近 6,400 份，活動達 1 萬 6,541 人次參與，整體活動期間業者滿意度達 82%，消費者滿意度達 86.5%，並辦理 2 場次萬華商圈小旅行，吸引人潮遊逛消費，提振商圈商機。



「士林萬華饗樂購 台味浪漫應援團」活動啟動



士林夜市商圈情人約會主題商品



從約會、結婚到生子，商圈美食一手包辦



民眾開心與浪漫應援車合影



民眾於浪漫告白牆前甜蜜合照

(三)五分埔商圈輔導

為帶動五分埔商圈人潮，特針對學生及年輕消費族群，結合「快速」、「平價」、「風格多元」之穿搭精神，於 11 月 18 日辦理五分埔街舞衣術節，並與捷運盃街舞大賽串聯舉辦「捷運盃街舞大賽 X 五分埔最佳衣術獎」共同行銷，邀請捷運盃參賽隊伍走入五分埔治裝，活動共計 12 支隊伍參賽、現場逾 300 人次參與，整體行銷宣傳觸及數達 12 萬人次以上，另於 10、11 月辦理 2 場商圈小旅行，引領民眾走入五分埔商圈，挖掘在地特色。



Violet. V x Rayootd 活動宣傳影片



參賽隊伍展現舞技



評審及現場觀賽民眾



商圈貴賓與評審老師及得獎隊伍大合照

(四)貓空商圈輔導

為活絡在地產業發展，促進觀光人潮聚集，創造遊憩體驗價值，強化三貓品牌意象，本府於 110 年啟動「三貓計畫 2.0」，訂定出「動物園整體升級」、「地區發展整備」、「人本交通配套」、「體驗經濟推廣」、「特色景點營造」及「整合行銷」6 大工作分組，整合三貓地區產業與資源，推動產業輔導及行銷，並進行軟硬體改善，且以平安四季主題活動每

季整合逾 10 場活動，112 年總計逾 10.7 萬人次參與；另本處透過「貓空商圈專案輔導計畫」協助店家業者於取得合法開發許可申請前進行現況改善，共計 36 家店家申請，取得輔導資格之店家，後續將由本府針對公安消防、水保環境及食品衛生等面向進行輔導，朝合法化永續經營。



民眾參與封茶體驗活動



貓空孝道封茶活動大合影



貓空商圈創意採茶古宴



民眾參觀貓空纜車儲車間

三、提案補助 - 臺北市商店街區總顧問團計畫

透過提振商圈發展補助，鼓勵商圈組織以在地發展角度自主提案辦理特色活動，公私協力提振商圈商機，同時為提升商圈活動品質，籌組商圈總顧問團，由專家學者全程陪伴適性輔導，112 年補助金額 2,200 萬元，補助商圈組織舉辦如天母萬聖節嘉年華、北投花浴衣節及西門町 Cosplay 大賽等 43 場商圈活動，活動期間商圈平均營業額提升 27.66%，平均來客數提升 31%；另為促進商圈相互學習交流，安排本市各商圈組織至臺東「羅山有機村」、「臺東慢食節」及「鐵花商圈」等地點交流觀摩，透過活動及座談會參與，瞭解吸納各

類經驗與新思維，並導引各商圈省思精進，以帶動其永續發展。



112 年商圈總顧問團會議



2023 民生悠活 x 星空電影院



2023 天母萬聖節活動現場人潮



2023 西門商圈友善享樂祭遊行大合影



商圈交流觀摩活動



112 年度績優商圈表揚大會合影

四、商圈店家輔導

(一)台北友善店家推廣

為營造本市友善意象，以 15 項友善服務項目招募友善店家，至 112 年 12 月底累計招募 771 家友善店家及場館。今年透過歌手「小魏」魏嘉瑩及網紅 Iku 老師拍攝外語友善影片與譜寫友善店家主題曲進行宣傳，6

至 8 月辦理「友我帶禮走」導客活動，推出趣味心理測驗領店家優惠券抽友好金機制，另 6 月至 9 月辦理 7 場次小旅行，帶領民眾深度體驗友善店家及街區歷史、文化底蘊，推廣台北友善店家特色，活動期間逾 2 萬 5 千人次參與，帶動店家營業額約 246 萬餘元，參與店家滿意度逾 86%。



112 年「台北友故事」活動啟動記者會大合照



揭曉「好禮都友你」導客活動秘笈



「友我帶禮走」主題版合照



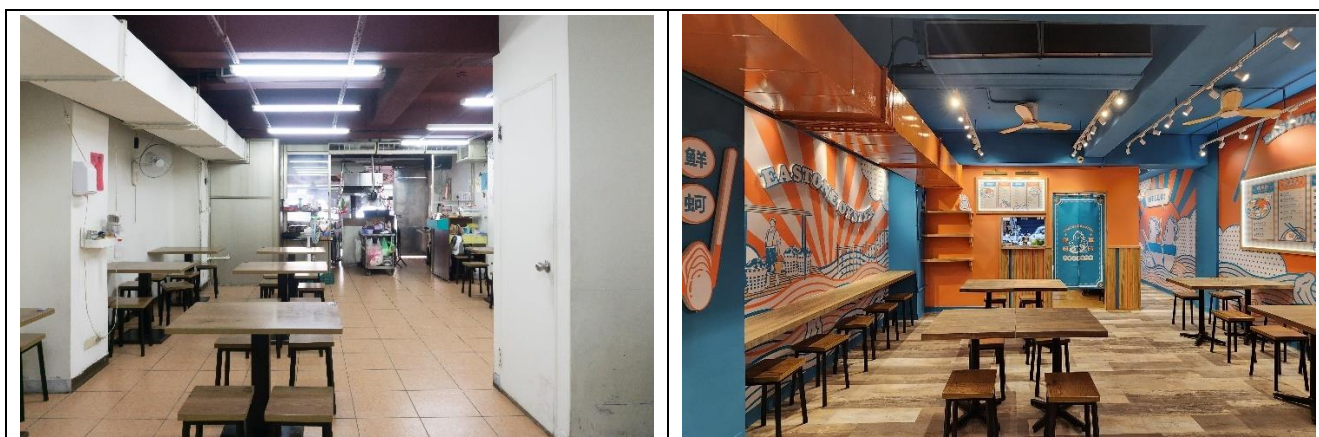
112 年度西門友善小旅行
季夏彩虹飄揚:西門約會指南



112 年度中山友善小旅行
一日文青散策:品中山漫漫遊

(二)台北造起來 - 店家再造計畫

為促進本市傳統及美食店家轉型升級，112 年「台北造起來」輔導 23 家店家，透過品牌定位、識別設計、空間設計、產品包裝等面向輔導，並開設品牌經營管理共識課程共 8 堂，協助店家培養經營新思維及模式，及辦理系列行銷，如 112 年 11 月 18 日於永樂廣場辦理「台北造起來 (ㄔㄌ) 年慶」與影片宣傳等，更創新與大稻埕、艋舺在地旅宿業者合作辦理 4 場次小旅行，吸引國際觀光客走訪體驗周邊輔導店家及景點，並製作相關中英文版摺頁地圖介紹輔導店家及遊程，放置周邊旅店及遊客中心，提供國際觀光客自行取用參考走訪，提升店家知名度，輔導改造後店家營業額平均提升 1 成以上。



112 年輔導店家「東時鮮蚵」再造前後風貌



112 年輔導店家「穀來泉」改造前後風貌



112 年台北造起來成果發表大合影



成果發表會攤位現場人潮

(三)商圈店家數位轉型輔導

112年開設4場數位應用培訓課程，計42處商業密集區、305人次參與；甄選本市20家店家導入虛實整合（O2O）經營模式，線上線下整合，拓展多元營銷管道，並媒合198家店家申請適用之服務方案補助，另於112年9月28日辦理「數位翻轉 商機@臺北!」成果發表會，邀請受輔導店家現身分享數位轉型經驗，鼓勵店家跨入數位轉型門檻，創造新價值與建立永續經營優勢。



「數位翻轉 商機@臺北!」成果發表會



受輔導店家分享數位轉型效益



店家導入線上點餐系統



店家導入無現金支付

疫後振興活動

Let's 購台北-2023 消費歡樂抽

響應中央普發 6,000 元，112 年 4 至 5 月率先全台推出「2023 Let's 購台北 消費歡樂抽」消費登錄抽獎活動，整合公私資源合作行銷，吸引民眾在台北消費，刺激買氣、活絡商機。活動期間累積註冊會員數 14.3 萬筆、登錄發票/收據 212 萬張、登錄總金額 30.43 億元、登錄店家數 4.7 萬家，消費者及友好特店滿意度均達 8 成以上。



Let's 購台北-2023 消費歡樂抽啟動記者會



Let's 購台北-2023 消費歡樂抽提供多項大獎



消費歡樂抽抽獎實況



市長與抽獎得主們訪談

未來施政重點

- 一、**特色產業輔導與發展**：透過店家再造計畫協助本市美食及傳統特色店家升級轉型、友善店家計畫型形塑本市友善之都意象，同時打造本市美食及時尚產業品牌，展現本市友善、智慧且具時尚軟實力之多元城市產業風貌。
- 二、**便捷登記服務**：持續簡化公司、商業登記作業行政流程，提供更多元便利支付管道，持續簡化登記，優化「營業場所預先查詢系統」，提升申請人、承辦人及審核人員使用方便性，提高處理效率。
- 三、**健全商業環境**：依「臺北市電子遊戲場業設置管理自治條例」、「臺北市舞廳舞場酒家酒吧及特種咖啡茶室管理自治條例」、「臺北市資訊休閒業管理自治條例」及「臺北市自助選物販賣事業管理自治條例」等規定，強化輔導及管理本市特定目的事業，加強抽查商品標示及輔導廠商改善，積極協助消費爭議第一階段達成和解，促進消費者保護。
- 四、**商圈輔導及活化**：透過商圈品牌節慶活動、商圈活化專案輔導、提振商圈發展補助及店家再造輔導轉型等 4 大策略方針，形塑商圈產業品牌特色，並運用 112 年萬華商圈廊帶發展展示範架構，於 113 年上、下半年分別接續推動迪化-寧夏-朝陽及城中等 2 處商圈廊帶發展策略藍圖規劃；另結合大巨蛋賽事，規劃商圈串聯活動，跨局處整合行銷，帶動本市商圈整體活化，提升整體發展。