

臺北市商業處109年重要施政成果

施政成果摘要

本處主要業務為本市公司與商業登記、商業管理、商圈與特色產業輔導及行銷事項，109年度重要施政成果包括「登記e傳送，補正即時通」、「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」及「整合本市特色商圈及產業，辦理城市主題行銷」等。

施政成果大綱

施政要項	重要計畫或措施	業務承辦窗口
整體業務概況	商業發展概況	02-27208889/1999轉6482石股長
便捷登記服務	登記e傳送，補正即時通	02-27208889/1999轉6525范科長
	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牟科長
	商品標示查察	
	辦理公司命令解散及商業校正	02-27208889/1999轉6525范科長
	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周科長
發展特色產業	推廣本市美食產業	02-27208889/1999轉6503周科長
	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韓科長
	形塑臺北城市風貌	

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，促進各店家、商圈、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三大目標。

截至109年12月31日止，登記臺北市之行號家數為5萬9,401家，公司家數為18萬33家，總計23萬9,434家，較108年增加0.37%。109年本市公司行號新設立家數計1萬6,323家，較108年減少1.14%。109年解散、歇業家數計9,864家，較108年減少9.06%。

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
100	15,282	9,178	213,581
101	14,585	8,846	215,230
102	16,062	8,892	219,985
103	15,850	9,267	224,028
104	16,286	9,096	228,570
105	15,927	9,215	231,947
106	16,752	9,445	235,747
107	16,803	10,202	237,523
108	16,512	10,847	238,542
109	16,323	9,864	239,434
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」6 萬 932 家(佔 25.45%)最多，其次為「專業、科學及技術服務業」3 萬 1,914 家(佔 13.33%)及「製造業」2 萬 9,831 家(佔 12.46%)。

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	59,401	180,033	239,434	100.00
農、林、漁、牧業	187	2,796	2,983	1.25
礦業及土石採取業	6	440	446	0.19
製造業	701	29,130	29,831	12.46
電力及燃氣供應業	4	1,112	1,116	0.47
用水供應及污染整治業	117	437	554	0.23
營建工程業	2,220	20,715	22,935	9.58
批發及零售業	29,240	31,692	60,932	25.45
運輸及倉儲業	5,207	5,175	10,382	4.34
住宿及餐飲業	9,505	1,969	11,474	4.79
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業	929	11,146	12,075	5.04
金融及保險業	423	21,441	21,864	9.13
不動產業	226	8,952	9,178	3.83
專業、科學及技術服務業	2,005	29,909	31,914	13.33
支援服務業	1,324	5,095	6,419	2.68
公共行政及國防；強制性社會安全	0	24	24	0.01
教育業	128	158	286	0.12
醫療保健及社會工作服務業	0	4	4	0.00
藝術、娛樂及休閒服務業	2,060	828	2,888	1.21
其他服務業	5,119	3,884	9,003	3.76
未分類	-	5,126	5,126	2.14
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 4,750 家(佔 18.69%)最多，其次為大安區 3 萬 7,546 家(佔 15.68%)及松山區 2 萬 7,465 家(佔 11.47%)。

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	59,401	6,149	4,416	7,345	8,154	4,543	4,330	5,772	3,600	2,175	4,588	4,499	3,830
公司家數	180,033	21,316	18,136	30,201	36,596	15,378	12,058	6,710	5,002	4,893	15,894	8,822	5,027
公司行號 總家數	239,434	27,465	22,552	37,546	44,750	19,921	16,388	12,482	8,602	7,068	20,482	13,321	8,857
所占 百分比	100	11.47	9.42	15.68	18.69	8.32	6.84	5.21	3.59	2.95	8.55	5.56	3.70

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」，以有效增進作業效率、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、綁定信用卡的行動支付之臨櫃繳納規費服務，並於 107 年 12 月開放 pay.taipei(智慧支付平臺)繳納登記規費，提供更多元的繳費方式。



二、簡化登記作業行政程序

109 年度共受理 19 萬 7,430 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，共推出 66 項登記隨到隨辦申請項目，109 年度隨到隨辦案件受理件數計有 6 萬 2,226 案，占全體申請案的 31.52%。

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
105	公司	199,833	44,079	22.06
	商業	26,127	26,127	100.00
	小計	225,960	70,206	31.07
106	公司	148,647	34,934	23.50
	商業	27,373	27,373	100.00
	小計	176,020	62,307	35.40
107	公司	154,293	35,061	22.72
	商業	28,352	28,352	100.00
	小計	182,645	63,413	34.72
108	公司	159,308	36,638	23
	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
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，於 100 年 12 月 1 日由都市發展局、建築管理工程處及本處共同設置「營業場所審查與查詢服務櫃檯」，於公司（商業）申請設立、遷址（含分支機構）或新增營業項目時，提供營業場所是否符合土地使用分區管制及建築管理規定之審查及查詢服務，並自 102 年 12 月 1 日起，提供營業場所預先查詢之代收

服務及於 105 年 5 月 17 日發布「臺北市營業場所協助查詢服務作業須知」，明定主動提供公司（商業）於本市經營舞廳業、舞場業、酒家業、酒吧業、特種咖啡茶室業、視聽歌唱業、三溫暖業、電子遊戲場業、資訊休閒業、夜店業、餐館業、其他餐飲業、飲酒店業、按摩業（視障按摩業者除外）、腳底按摩業、瘦身美容業、成人用品零售業、汽車修理業、機車修理業、汽機車零件配備零售業、其他汽車服務業、遊樂園業、競技及休閒運動場館業、寵物美容服務業、寵物食品及其用品零售業等 25 種行業設立、遷址或新增營業項目變更登記之營業場所協助查詢服務。

另自 109 年 1 月 1 日起，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，並於登記時全面提供營業場所查詢服務，截至 109 年 12 月底止，提供查詢服務計 161,447 件，以保護善意不想違反都計建管規定之民眾，落實源頭管理及降低民眾觸法蒙受損失。



營業場所都計建管 E 化查詢系統啟動

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，109 年總計訪視 4,451 家次，其中舞廳、舞場等八種行業 513 家次、電子遊戲場業 176 家次、資訊休閒業 96 家次、一般行業 3,666 家次，十種行業訪視比率為 17.6%。

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。109 年度總計檢查 305 家次(電子遊戲場業 9 家次、資訊休閒業 58 家次、舞廳、舞場等八種行業 238 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，109 年度辦理商品標示抽查件數共 7,700 件，為配合中央因應疫情減少專案抽查項目，故較 108 年減少 9.97%，不合格者計 1,696 件，不合格率 22.03%。其中為配合經濟部辦理每年每季專案抽查共 40 項如嬰兒床、嬰兒枕、涼鞋、睡袋、低動能遊戲用槍等共 5,277 件，不合格者 965 件，不合格率 18.29%。另受理外縣市移送標示不合格案件計 1,101 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	105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
全部抽查件數	8,449	8,511	8,568	8,490	7,700
全部抽查不合格件數	1,648	1,971	1,749	1,862	1,696
全部抽查不合格率	19.51	23.16	20.41	21.93	22.03
配合經濟部辦理專案抽查件數	6,489	6,668	6,505	6,551	5,277
專案抽查不合格件數	769	914	922	1,011	965
專案抽查不合格率	11.85	13.71	14.17	15.43	18.29
受理外縣市件數	1,934	1,271	1,356	1,115	1,101
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。109 年總計通知申復 1,984 家，命令解散 1,228 家，廢止登記 3,742 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
105	公司	3,703	2,111	1,417
	商業	530		581
	小計	4,233	2,111	1,998
106	公司	2,017	2,142	1,596
	商業	419		573
	小計	2,436	2,142	2,169
107	公司	3,838	4,087	3,420
	商業	524		372
	小計	4,362	4,087	3,792
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
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 109 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 2,192 家，已投保 2,192 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 109 年度共受理消費爭議申訴案件 3,723 件，其中「其他商品類」867 件為最大宗，其次為「線上遊戲類」540 件，總件數較 108 年增加 631 件，上升 20.40%。本處將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，並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		105 年	106 年	107 年	108 年	109 年
申訴類別						
總計		3,529	4,113	3,784	3,092	3,723
商品類小計		2,478	2,743	2,476	2,048	2,437
商品類	電腦類	181	243	210	204	210
	車輛類	252	256	191	154	165
	家電用品類	187	230	235	259	356
	手機類	583	509	344	239	264
	服飾織品類	172	180	142	164	235
	育樂類	10	49	30	27	60
	文具商品類	7	5	4	2	2
	玩具商品類	17	25	22	36	42
	鞋子飾品類	114	103	78	109	144
	家具類	48	52	68	61	92
	其他商品類	907	1,091	1,152	793	867
服務類小計		1,051	1,370	1,308	1,044	1,286
服務類	線上遊戲類	526	692	713	548	540
	婚紗攝影類	56	62	45	53	71
	洗衣類	45	45	36	27	33
	非補教課程	129	159	186	193	186
	其他服務類	295	412	328	223	456

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、推廣臺北市城市美食產業

為持續建構本市美食意象，109 年度以「台北幸福味」為主題，推薦 20 家台北幸福味餐廳，並結合 21 家外送、美食平台及便利支付業者共同辦理「台北美食不斷送」活動，超過 15,000 家本市餐飲店家共同參與；另結合旅遊平台設立專區，透過平台 Blog 專欄文章及宣傳影片行銷歷屆推薦餐廳，並於 4 家新興媒體平台露出餐廳，藉由圖文介紹讓民眾感受到「台北幸福味」，進而親至餐廳享受餐點及氛圍，以提升本市美食能見度，促進美食產業蓬勃發展。



「台北美食不斷送」啟動記者會



「台北幸福味」宣傳記者會



民眾於幸福味餐廳享受歡聚美味



幸福味推薦餐廳-欣葉小聚餐點

	
歷屆推薦餐廳- 叁和院台灣風格飲食餐點	歷屆推薦餐廳-香茅廚餐點

二、輔導臺北市特色店家再造

為促進特色店家轉型升級，並提升店家競爭力，甄選出本市具特色且欲轉型升級的 9 家再造店家(艋甲大豐、元味串燒、玉林雞腿大王、餃當家、三六食粿、有多聞、堂德易、榮業花邊、漫花時)及 12 家型店店家(Q sweet 巧克力菁點、大盜陳茶飲、夏樹甜品、雪王冰淇淋、甜典 16 號、貳拾陸巷、ARGENT 安爵銀飾、Boven 雜誌圖書館、沁園茶莊、烏覓馬、哈比屋、埕畔茶坊)進行輔導與推廣。於 109 年 10 月 24 日假台北 101 水舞廣場辦理「台北造起來市民同樂會」，以同樂會方式行銷 21 家輔導店家成果，以 4 大展區展現其品牌特色、商品等，現場也設置懷舊風情「百年好店主題展」，展出人力車、扇子、油紙傘、茄芷袋等歷史意象道具提供民眾拍照打卡，後續透過一系列行銷活動，如成果影片、社群宣傳、聯合推廣、體驗團等宣傳店家，以提升店家知名度，建立本市品牌標竿，促進特色產業發展。經輔導後，店家來客數及營業額平均增加 1 成以上。



副市長、貴賓及 21 家店家大合影



副市長與店家互動合照



輔導店家艋甲大豐改造前風貌



輔導店家艋甲大豐改造後風貌



輔導店家有多聞改造前包裝



輔導店家有多聞改造後包裝

三、推動台北好時尚

為型塑本市成為國際時尚魅力城市，使臺北的時尚軟實力與國際接軌，「2020 臺北 TOP 時裝設計大賞」初步評選出王子欣、王彥熙、李承翰、夏筱琴、許文馨、黃郁晴、黃崧有、葉佳靜、楊佳凰及謝怡君 10 位設計師進入決賽，於 109 年 8 月 18 日假華山 1914 文化創意園區進行決賽暨動態時尚秀，由評審團選出金獎夏筱琴、最佳市場潛力獎黃郁晴、最佳版型運用獎王彥熙及最佳布料應用獎王子欣，通路、品牌、媒體等時尚產業相關業者約 200 人共同參與。另媒合 10 位得獎設計師與 22 家品牌業者進行合作，且為串接時尚產業鏈資源，共同舉辦活動、論壇與講座，帶動本市時尚相關產業整體提升與發展。

	
動態秀入圍設計師使用知名品牌 美國棉材料製作作品	動態秀入圍設計師作品
	
設計師夏筱琴以作品「喚醒 AWAKEN」獲得金獎	設計師黃郁晴以作品「職人 Craftsman」獲得最佳市場潛力獎



台北好時尚論壇邀請業界名人於
永樂 T FASHION 時尚基地演講



設計師作品於台北好時尚歷屆設計
師服裝聯合展演上展示

四、推廣臺北市特色節慶產業

「2020 繽紛耶誕玩台北」透過耶誕節慶動能，整合本市 15 家百貨，以大商圈帶小商圈模式串聯東區、朝陽、華陰、後站等 4 大特色商圈，推出台北城市杯及熊讚耶誕杯供民眾兌換，並以熊讚胖卡專車結合百貨一系列精采活動巡迴推廣。活動期間為 109 年 11 月 27 日至 110 年 1 月 3 日，民眾至本次合作之 49 家特約店家以臺北市政府官方 line 掃描 QRcode 蒐集電子戳章並憑滿額消費憑證即可兌換台北城市杯或耶誕熊讚杯。另首度以「FUN 閃台北」為主題，串聯本市合作百貨業者整合超過 40 處燈飾打卡點，除了核心區域信義商圈有「希望之光」、「溫暖之光」及「幸福之光」為主題的美麗燈飾外，更有以「祝福之光」為主題向外擴散至全市的璀璨燈飾，照亮台北各個街區角落，讓民眾穿梭於繽紛浪漫閃耀交織的街道巷弄，體驗耶誕節慶氛圍並享受店家提供之多項優惠，以吸引人潮活絡本市特色商圈產業發展並帶動商機，整體活動期間各家百貨聯手挹注資源逾 3,000 萬元、吸引參與人次超過 300 萬人次。



限量台北城市杯及熊讚耶誕杯



2020 繽紛耶誕玩台北起跑記者會



參與民眾與熊讚及巡迴胖卡車合照



溫暖之光-X'mas Tree



溫暖之光-星光小屋



幸福之光-希望之樹

五、促進產業活動及獎勵表揚補助

為強化本市產業動能並提升本市公司、行號商業信譽與從業人員服務品質，109 年辦理臺北市促進產業活動及獎勵表揚補助計畫，共補助 9 案促進產業活動及 3 案獎勵表揚活動，補助金額共計 600 萬元。其中，辦理「承德雙十一公益好車展_第 11 屆承德好車展」、「2020 台北咖啡節」、「2020 臺北市牛肉麵饕味大比拚」、「2020 台北國際造型藝術節-潮妍時尚」、「2020 台北神匠木雕工藝大賽」、「2020 台北秋季結婚購物節」、「2020 Taipei 正裝時刻—時尚派對」、「摩燈北投，市集霓虹」、「2020 台北國際咖啡節」9 個產業活動，藉由補助及結合民間資源共同合作，以蓬勃的產業活動，活絡本市產業商機；並辦理「2020 華人公益節暨企業慈善與公益創新論壇」、「第 74 屆商人節暨表揚大會」、「第 15 屆台灣廣告節」3 個獎勵表揚活動，表揚參與社會公益之企業與個人、優良店家及傑出人員並樹立標竿，提升自我社會責任意識，共創良好的企業社會環境，109 年度促進產業活動執行期間平均營業額成長 33.03%，活動期間店家來客數提升 50.89%；另產業組織辦理獎勵表揚活動，共表揚 196 個店家、195 位從業人員。

	
2020 台北國際造型藝術節-潮妍時尚	2020 台北咖啡節



2020 Taipei 正裝時刻－時尚派對



2020 臺北市牛肉麵饕餮大比拚



第 74 屆商人節暨表揚大會



2020 華人公益節暨企業慈善與公益
創新論壇

營造多元商圈

為帶動本市商業發展動能，讓本市商家能安心投資、永續經營，以「輔導特色商圈發展」與「形塑臺北城市風貌」為2大主軸，導入在地參與元素，促進店家、商圈、產業整合交流，匯聚商圈產業特色及節慶議題，並結合創意多元行銷活動，推動商圈友善樂活環境及型塑臺北獨特城市意象。

一、輔導特色商圈發展

(一)臺北市商店街區總顧問團計畫

109年共補助33處商圈，辦理2場補助案說明會，進行補助辦法、提案方式及核銷辦法等相關內容說明，並辦理2場總顧問團共識會議，選出7處績優商圈，邀請柯市長文哲頒獎及鼓勵本市商圈繼續推廣跨域合作，另辦理2次特色商圈交流及觀摩，109年7月31日參訪王鼎時間科藝體驗館，計37個商圈產業組織75人參與；109年11月27日至新北市深坑商圈及宏洲磁磚觀光工廠觀摩交流，計24個商圈產業組織60人參與，透過互相觀摩交流，活用臺北市商圈擴展能量及行銷推廣地方特色，找到創新經營模式，提振商圈商機，逐步深化商圈特色及形塑商圈獨特風貌，提升商圈體質，以其特色區隔性吸引國內外民眾體驗消費及刺激商機。



商圈觀摩交流



柯市長親臨 109 績優商圈頒獎暨分享會



總顧問團會議



商圈交流座談會

(二)臺北市商圈輔導推廣計畫

為協助商圈發展、整合在地資源、培養業者經營管理能力，以達商圈自治及永續發展目標，109 年持續依商圈屬性進行輔導，透過商圈體質改善再造、商圈組織凝聚強化，以深化、形塑商圈獨特風貌，提升商圈知名度。

1. 五分埔商圈

為活絡帶動五分埔商圈人潮，特針對學生及年輕消費族群，於 109 年 7 月與 2020 捷運盃街舞大賽合作增設「五分埔最佳衣術獎」，109 年 12 月 19 日在五分埔商圈辦理「2020 五分埔街舞衣術節」活動，參賽選手至五分埔商家採購舞衣服飾配件，並使用 IG 宣傳方式，串聯社團創造話題，活絡本地商圈，另邀請 IG 網紅 LaLa 拍攝行銷宣傳影片，進而打造五分埔商圈「穿搭平價時尚中心」品牌核心價值。另為帶動商機於換季期間以「換季拚現金撿好康」活動，於蝦皮購物平台開設線上專區、網路直播或拍賣等方式，辦理線上促銷活動「五分埔庶民切貨季」。未來將持續透過舉辦年度常態性競賽活動結合商圈內流行服飾，以吸引年輕人潮，並拉近消費者距離，同時持續結合周邊景點，以商圈串聯行銷方式，帶動整體商圈發展。

	
第一名隊伍 MINI DSDJ	第二名隊伍動手動腳
	
「五分埔最佳衣術獎」參賽隊伍- AD for Real	「五分埔庶民切貨季」蝦皮直播

2. 忠孝東區振興計畫

為促進東區商圈活絡發展，推出「忠孝東區振興計畫」，以「一個再定位—商圈再定位」及「三個主策略—強化主題空間、規劃人行系統、活絡捷運地下街」之基本策略來活絡東區地方經濟動能，輔導並協助東區商圈軟硬體改善提升，108 年度總計 19 項工作項目已完成 17 項，東區公共空間再規劃及瑠公公園景觀改善 2 項工作項目於 109 年持續推動，並持續收斂台北市東區商圈發展協會及當地意見，109 年總計 18 項工作項目，針對軟硬體設施進行改善。

為讓民眾有不同的商圈遊逛體驗，協助台北市東區商圈發展協會辦理「綠美丘 Midori Art Market III 東區市集」、「2020 好享購-設計好物市集」、「顆顆書店」市集、「東區有佳節一起 chill」、

「東區商圈周年慶」、「東區漫步在雲端」等活動，以多元行銷推廣東區地方特色，提供友善商圈購物環境，吸引國內外旅客遊逛消費。



綠美丘-東區市集



2020 好享購-設計好物市集



顆顆書店主題展覽-熊超人療癒所



顆顆書店主題展覽-運動超能力貨櫃屋



東區漫步在雲端



東區有佳節一起 chill

(三)提振商圈發展補助

為積極活絡商業並推廣商圈特色，109 年辦理臺北市提振商圈發展補助計畫，共補助 33 處商圈，補助金額達 2,000 萬元，活動執行期間平均營業額成長 34.69%，店家來客數提升 41.6%。其中，由評審團選出 7 處績優商圈，包含天母商圈發展協會以萬聖節為主題辦理天母搞什麼鬼，每年吸引超過 20 萬人參與；北門相機商圈發展協會辦理外拍攝影教學活動，並自 108 年起大稻埕情人節串聯舉辦攝影比賽，逐漸形塑北門相機專業的品牌形象；四平商圈善用既有的經費，明確鎖定上班族作為主要客群，於活動設計、宣傳行銷及空間場域皆為上班族所量身規劃成功創造話題；西門商圈本年度報名組數為歷年之最，顯見本活動已在 Cosplay 界中是具代表性的活動；北投溫泉發展協會藉由充滿創意能量的浴衣設計競賽，讓北投特殊的歷史背景，得以提升其深度與廣度；迪化商圈本年度特別設計用味蕾認識漢方香料，調製天然「本草調味罐」的體驗，還有「本草蠟燭」、「本草香包」、「本草擴香片」，讓參與者從嗅覺、視覺、味覺等感官認識漢藥的豐富樣貌；後站商圈舉辦產業創意變裝大賽，結合在地特色商品，運用伸展台「所見皆可買」的特色來刺激買氣，更特別邀請民意代表來走伸展台，讓民眾了解後站商品的特色，更為後站商圈產業做最好的宣傳。

	
台北市天母商圈發展協會 天母搞什麼鬼 12 萬聖節嘉年華	台北市北門相機商圈發展協會 2020 暑假拍樂趣暨攝影比賽



台北市四平商圈徒步區發展協會
想 BUY 就 BUY 心情不糾節



台北市西門徒步區街區發展促進
會 2020『友善享樂祭』第七屆
Cosplay 決戰西門町



台北市溫泉發展協會
2020 臺北北投花浴衣節



台北迪化商圈發展促進會
2020 本草派對



台北後站批發商圈發展促進會
第 12 屆批客節-批客嘉年華會



台北市承德汽車商圈發展促進會
承德雙十一汽車嘉年華_第 11 屆
承德好車展

二、形塑臺北城市風貌

(一) 2020 臺灣年味在臺北

2020 臺灣年味在臺北以「超. 新年」為主題，從「身體、工作、關係」出發，給自己一個新的起點，自傳統生肖主題跳脫，改以福神形象作為活動主軸及串聯主題，特別與迪化在地本土藝術家「角斯」合作，將其筆下的神農大帝、武財神、月老，賦予新的意義，以 3 大主題串聯 9 大商圈之特色共同行銷。於迪化街永樂廣場設置三尊神祇的巨型超神開運燈，推出年藝體驗活動如天然藥膳調理包、簡約風皮套及祈福盤長結等 DIY 手作體驗，並協助輔導迪化商圈 5 間在地中藥南北貨店家推出私房年菜「大稻埕養生食譜」常溫年菜禮盒，另透過外籍旅客憑護照至機場及本市旅遊服務中心兌換發財金活動，強化國際宣傳效益。

另為提供民眾更為舒適之遊逛空間，協助組成巡守隊維護環境整潔，以在地傳統建築立面意象統一設計攤位掛布，營造年味氛圍。活動期間共舉辦 5 場實體活動(含 1 場啟動記者會、4 場走街活動)，於迪化商圈創造 15 億元營業額，並吸引 89 萬人至商圈遊逛，整體活動消費者滿意度達 8 成 5。

	
台北年貨大街啟動記者會 藝術家角斯說明設計理念	於巨型超神開運燈前過香爐 祈好運



艋舺寧夏夜市走街拜年



民眾領取開運發財金紅包袋

(二)臺北市商圈嘉年華

為展示本市商圈多元特色，於 109 年 7 月至 9 月辦理 9 場次商圈職人夏令營導覽遊程，讓民眾前往 13 處商圈遊逛，並透過網紅行銷推廣；於 109 年 10 月 16 日至 18 日於圓山花博公園長廊廣場以「商圈職人製造所」為主題舉辦商圈嘉年華活動，分為「吃貨職人」、「生活職人」、「風格職人」等展區，參與透過體驗式行銷，強化商圈品牌意象，形塑本市商圈特色，共計 21 處商圈、71 個攤位共襄盛舉，推廣臺北市特色商圈，3 天活動創造逾 4,200 萬元營業額，吸引逾 14 萬人次，導引民眾至商圈消費，進而活絡商圈，提升商圈知名度及商機，促進商圈繁榮。



商圈職人夏令營-迪化



網紅卡夫卡愛旅行宣傳照



友我帶你走-心中山小旅行



友善店家記者會



友我帶你走-西門小旅行



網紅宣傳影片

因應 COVID 19 疫情之應變與振興方案

一、防疫作為

(一)疫情期間本處公司及商業登記服務櫃檯針對工作同仁及申請民眾之防疫作為如下：

1. 第一線為民服務人員工作時配戴口罩。
2. 定時消毒服務櫃檯公共區域。
3. 提供乾洗手或酒精等消毒防疫物資供民眾使用。
4. 運用櫃檯雙螢幕及跑馬燈進行防疫宣導。
5. 服務櫃檯裝設壓克力防護隔板。
6. 於排隊處劃設安全距離，並調整座位區間隔距離。

(二)自 109 年 8 月 11 日公告本市舞廳、酒家及酒吧業，應執行實名制防疫措施，倘經查獲未落實將依相關規定辦理；另為配合中央流行疫情指揮中心 109 年 12 月 1 日秋冬防疫專案啟動，業針對本市 10 大行業(舞廳業、舞場業、酒家業、酒吧業、特種咖啡茶室業、視聽歌唱業、夜店業、三溫暖業、網咖、電子遊戲場)發函要求加強防疫措施，配合依下列規定辦理：

1. 室內保持空氣流通。
2. 工作人員配戴口罩勤洗手。
3. 場館管制點放置乾洗手液。
4. 經常接觸面每日落實環境消毒（以 1,000ppm 漂白水）。
5. 場館落實實名制。
6. 落實社交距離或戴口罩。

(三)行文本市大賣場、超商等確實配合「秋冬防疫專案」等相關規定，落實配戴口罩、勤洗手及注意環境等相關防疫工作。相關宣導事項如下：

1. 自 109 年 12 月 1 日起強制要求民眾進入場所應佩戴口罩。如於場所內有飲食需求，在與不特定對象保持社交距離或有適當阻隔設備之前提下，可於飲食期間暫時取下口罩。
2. 室內保持空氣流通。
3. 工作人員配戴口罩勤洗手。

4. 場館管制點放置乾洗手液。
 5. 經常接觸面每日落實環境消毒（以 1,000ppm 漂白水）。
 6. 場館建立「實聯制」。
 7. 落實室內 1.5 公尺社交距離。
 8. 另於營業場所內若現場人員出現發燒或呼吸道感染，應立即佩戴口罩就醫，並主動告知醫師旅遊史、職業別、接觸史及群聚情形(TOCC)，以供醫師及時診斷通報。
- (四)因應聖誕節及跨年活動，針對夜店、KTV 等八種特定行業，另以電話加強宣導民眾盡量勿聚集，並配合落實社交距離及配戴口罩措施；進行商業稽查時於現場宣導應確實落實防疫措施；另因應跨年人潮聚集 110 年 1 月 1 日凌晨辦理信義區 5 大夜店防疫稽查，現場業者確實於消費者入場做好實名登記並要求配戴口罩。後續將視需求會同本府警察局單位進行不定期聯合稽查，以確保場所落實防疫措施。

二、輔導店家與電商及外送平台合作加速數位轉型

(一)推出「台北店家到你家」專區

於疫情期間與三大電商業者合作，結合 220 間店家，於 109 年 3 月 25 日至 4 月 25 日推出「台北店家到你家」線上專區，和電商業者共同推廣本市店家特色產品及輔導實體店家轉型線上銷售，並於 109 年 5 月 8 日至 6 月 15 日辦理第二波行銷活動。八大電商(Yahoo 奇摩超級商城、PChome 商店街、momo 摩天商城、foodpanda 生鮮雜貨、東森購物、松果購物、有閑娛樂電商、Rakuten 台灣樂天市場)專區行銷方案二波平均營業額成長 2 成 5、實體店面轉型網路店開店家數成長 3 成 4。



(二)臺北市城市美食產業推廣

為推廣本市美食產業，因應疫情期間民眾大幅增加使用低接觸與無現金交易方式，以降低感染風險，安心防疫的同時也能盡情享用美食，擴大整合 21 家便利支付、美食平台及外送平台運用多元服務，於 109 年 5 月 15 日至 6 月 15 日率先開辦「台北美食不斷送」活動，共計有超過 15,000 家次本市餐飲店家參與，透過公私協力合作於各平台聯手推出回饋活動，一起為台北美食發聲宣傳，活動期間計 21 家平台推出消費者雙重回饋活動，讓消費者只要打開手機隨手一點，就能便利享用台北美食，還能消費獲得多項回饋及獎金抽獎；還有 6 家平台提供本市餐飲店家簽約上架

優惠專案，邀請本市餐飲店家共襄盛舉，帶動美食產業轉型升級，開創市場新商機。

(三)推動外送平台市府專屬優惠方案

於 109 年 3 月至 5 月媒合商圈、市場、夜市及百貨餐飲組織與外送平台合作辦理多場次媒合會議，並洽商多家外送平台研提本市專屬優惠方案，帶動美食產業轉型升級及商圈商機。

三、協助產業數位轉型及環境基礎設施改善

(一)輔導實體店家運用多元線上行銷

為因應新型態商業模式及商圈發展多元挑戰，強化本市商圈店家多元行銷能力，於 109 年 6 月底至 11 月開設 6 類型「商圈 E 化運用培訓課程」，如「網路行銷及電商如何開始實務演練」、「執行 O2O 的架構與方法與實務演練」、「社群經營與操作」、「在地商圈臉書社群應用」、「跟上數位行銷，不可缺漏的三大設計策略」、「內容行銷不是拚產量，驅動潛在客戶才是關鍵」、「熟客經營實作」、「熟客再銷售操作」、「直播介紹與應用」、「直播銷售-消費者心理學」、「振興商圈的 O2O 整合」、「商圈行銷操作」等，增進商圈經營優勢與競爭力，以提升商圈數位零售技能，共 252 人參加。



商圈 E 化培訓課程



培訓課程討論交流

(二) 商圈資源盤點及深度輔導計畫

於 109 年 6 月起進行本市商圈盤點作業，後續透過商圈經營輔導、科技運用導入服務及研發創新行銷模式，與輔導本市實體店家轉型線上銷售，打造新零售示範商圈及協助店家轉型升級，以提升其品牌價值，強化競爭力。擇選大光華及臺大公館 2 處示範商圈進行商圈店家經營輔導及科技運用導入服務及研發創新行銷模式，另甄選出 7 間店家，透過多元的科技化輔導，協助店家由實體店面轉型線上銷售。

另擇選士林夜市商圈、艋舺服飾商圈及後站商圈共 3 處面臨轉型中階段的商圈進行深度輔導，協助商圈組織創新發展，計辦理 4 場次士林夜市商圈交流座談會；協助艋舺服飾商圈製作「電子型錄」；輔導後站商圈建置後站商圈品牌商城等，形塑特色吸引客群。



「八德資訊商圈 3C 直播購物節」宣傳發表會



商圈 E 化運用培訓課程

(三) 特色店家再造

協助本市有志轉型升級之店家業者進行輔導改造，109 年 3 月初甄選開跑期間面臨疫情衝擊，市府以「創造自己的競爭力，就是最好的免疫力！」勉勵店家積極應對，號召業者參與改造升級，吸引眾多店家角逐，依各店家展現品牌發展潛力、故事亮點特色及店面空間形象等特點，經過書面評審與實地訪查後，於 109 年 5 月 19 日甄選出本市特色店家，輔導 9 家再造店家及 12 型店店家共 21 家潛力店家進行轉型升級，由專業品牌經營團隊協

助店家挖掘核心價值、量身規劃品牌形象及經營模式，重新改造並翻轉新貌，並於 109 年 10 月 24 日起辦理再造成果發表及系列行銷活動，讓更多潛力店家一一被看見，從店面到街廓，點線面逐步延伸，以建立產業標竿，帶動臺北市產業整體發展，輔導改造後提升店家來客數及營業額至少 1 成。

四、辦理消費抽獎振興方案

以「109 年度臺北市提振商機整合行銷計畫」於 109 年 7 月 15 日至 8 月 31 日辦理為期 1.5 個月「2020 來台北一起 Go」消費抽獎行銷活動，透過串聯本市商圈、夜市及市場之店家攤商與旅店業者共同參與，另招募本市破千家特約店家提供折扣優惠，規劃多重豐富的消費優惠及抽獎機制。希冀透過整合政府與民間資源共同合作刺激消費，以達吸引民眾至北市遊逛消費，促進本市商業活絡發展。

活動期間 line@及發票登錄註冊總參與人數約 5 萬 3,000 人次，發票登錄張數逾 23 萬張，消費登錄總額逾新臺幣 10 億 2,000 萬元。另透過本次活動推廣無現金支付，發票登錄註冊參與人數約 5 成透過雲端發票登錄、約 3 成以上參與人數為悠遊付會員。

	
豐富活動抽獎獎項吸引民眾參與	商圈展示在地特色店家及美食

五、辦理提振商機及促銷活動

(一)109 年 7 至 9 月辦理 9 場次「商圈職人夏令營導覽體驗」活動，並於 10 月辦理主場活動。



商圈職人夏令營-艋舺



商圈職人夏令營-迪化

(二)109 年 6 至 9 月辦理 7 場次本市友善店家小旅行等串連行銷活動，以導客入店提振商機



友善西門小旅行



友善心中山小旅行

(三)109 年 6 至 11 月辦理 33 場商圈補助行銷活動。



內湖737商圈「台外美食大比拼」



西門商圈第七屆「西門享樂祭-COSPLAY決戰西門町」

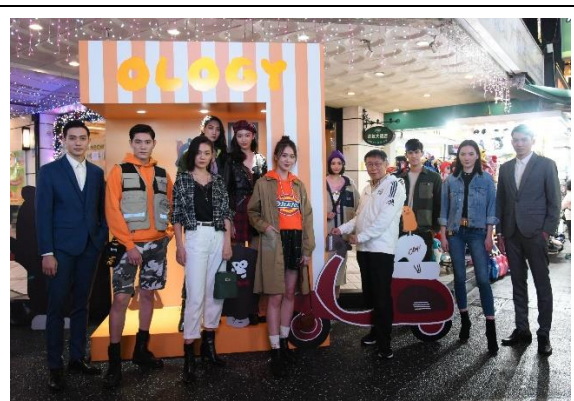
(四)辦理「西門 PLAY 樂購町」活動

西門町商圈係臺北市潮流代表、多元特色文化聚集，也是國內外旅客重點造訪的本市觀光型商圈，惟因嚴重特殊傳染性肺炎疫情衝擊，致消費遊逛人潮驟減，為提振西門町商圈發展吸引人潮遊逛，透過「2020 西門町商圈節慶行銷推廣計畫」與西門町商圈合作舉辦「西門 PLAY 樂購町」活動，於109年12月18日至110年3月7日期間，推出跨聖誕、新年、農曆過年、情人節、元宵節，為期近3個月的節慶行銷活動。

於西門紅樓相關場域及西門町商圈8處重要節點進行國內外知名IP妝點布置，如第一檔期以國內知名IP辦辦啾啾與奧樂雞吸引民眾前往西門商圈遊逛，第二檔期於110年1月28日至3月7日以國外知名IP「宇宙明星BT21」世界巡迴之旅帶民眾環遊世界，設置亮點特色裝飾物，於假日安排粉絲見面會、音樂會等表演活動，並串聯在地達百家商圈店家舉辦數位集章抽獎等行銷導客活動，並以新媒體等行銷方式進行宣傳推廣，以利吸引本市及外縣市民眾至商圈遊逛消費。



市長與活動貴賓合照



市長與凱渥 Model 於奧樂雞網美學裝置物合照