

臺北市商業處111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，111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」、「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。

施政成果大綱

施政要項	重要計畫或措施	業務承辦窗口
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	
後疫情轉型振興	餐飲及特色產業轉型振興	02-27208889/1999轉6503蔡科長
	商圈E化轉型及振興	02-27208889/1999轉6475翁科長

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111年12月31日止，登記在臺北市之行號家數為6萬435家，公司家數為17萬4,691家，總計23萬5,126家，較110年減少0.96%。111年本市公司行號新設立家數計1萬4,885家，較110年減少7.79%。111年解散、歇業家數計9,339家，較110年減少2.63%。

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
107	16,803	10,202	237,523
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

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」5萬6,325家(佔23.96%)最多，其次為「專業、科學及技術服務業」3萬3,359家(佔14.19%)及「製造業」2萬8,649家(佔12.18%)。

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	60,435	174,691	235,126	100.00
農、林、漁、牧業	183	2,742	2,925	1.24
礦業及土石採取業	6	381	387	0.16
製造業	773	27,876	28,649	12.18
電力及燃氣供應業	7	1,409	1,416	0.60
用水供應及污染整治業	117	376	493	0.21
營建工程業	2,289	19,796	22,085	9.39

批發及零售業	29,504	26,821	56,325	23.96
運輸及倉儲業	5,138	5,003	10,141	4.31
住宿及餐飲業	9,802	1,953	11,755	5.00
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	1,063	11,205	12,268	5.22
金融及保險業	430	23,128	23,558	10.02
不動產業	225	8,797	9,022	3.84
專業、科學及技術服務業	2,158	31,201	33,359	14.19
支援服務業	1,328	5,119	6,447	2.74
公共行政及國防；強制性社會安全	0	0	0	0
教育業	179	165	344	0.15
醫療保健及社會工作服務業	0	4	4	0
藝術、娛樂及休閒服務業	2,046	864	2,910	1.24
其他服務業	5,187	3,770	8,957	3.81
未分類	0	4,081	4,081	1.74

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 4,010 家(佔 18.72%)最多，其次為大安區 3 萬 6,422 家(佔 15.49%)及松山區 2 萬 6,125 家(佔 11.11%)。

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	60,435	6,187	4,554	7,322	8,399	4,527	4,440	5,720	3,677	2,118	4,848	4,777	3,866
公司家數	174,691	19,938	18,531	29,100	35,611	15,239	12,214	6,103	4,816	4,630	15,594	8,183	4,732
總家數	235,126	26,125	23,085	36,422	44,010	19,766	16,654	11,823	8,493	6,748	20,442	12,960	8,598
所占百分比	100.00	11.11	9.82	15.49	18.72	8.41	7.08	5.03	3.61	2.87	8.69	5.51	3.66

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。



二、簡化登記作業行政程序

111 年度共受理 18 萬 4,370 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，111 年度隨到隨辦案件受理件數計有 4 萬 3,619 案，占全體申請案的 23.66%。

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
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	23.00
	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

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

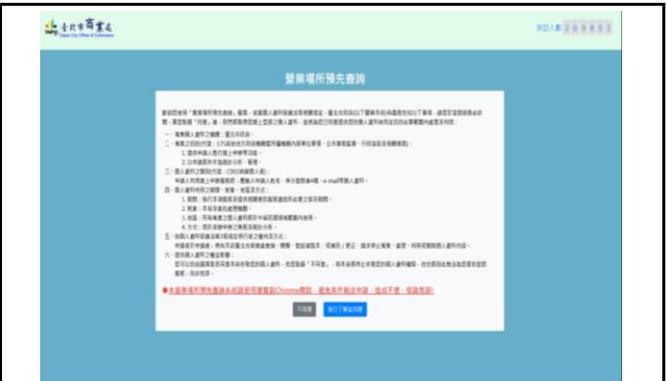
為兼顧商業發展與公共環境安全，並避免商家於承租(購)裝潢後才發現營業場所欲從事之營業使用行為，因違反土地使用分區、建築管理規定而遭致裁罰、投資損失，前於 100 年 12 月 1 日由都市發展局、建築管理工程處及本處共同設置「營業場所審查與查詢服務櫃檯」，於公司(商業)申請設立、遷址(含分支機構)或新增營業項目時，提供營業場所是否符合土地使用分區管制及建築管理規定之審查及查詢服務。

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，並於登記時全面提供營業場所查詢服務，110 年 6 月進一步介接都發局「便民 e 化土

地使用分區營業及使用項目查詢系統」，整合跨機關係統查詢服務，落實源頭管理，保護善意民眾免於誤觸法規。111 年公司及商業須經營業場所查詢之登記案件，77%以上已先預審後送件，並自 112 年起實施公司商業登記營業場所全面預審。



營業場所都計建管 E 化查詢系統啟動



營業場所預先查詢系統

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，111 年度總計訪視 2,864 家次，其中舞廳、舞場等八種行業 499 家次、電子遊戲場業 43 家次、資訊休閒業 62 家次、一般行業 2,260 家次，十種行業訪視比率為 21.08%。

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。111 年度總計檢查 246 家次(電子遊戲場業 8 家次、資訊休閒業 35 家次、舞廳舞場等八種行業 203 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，111 年度辦理商品標示抽查件數共 11,587 件，不合格計 2,188 件，不合格率 18.88%。其中為配合經濟部辦理每年每季專案抽查共 36 項如壓力鍋、低動能遊戲用槍、太陽眼鏡(無度數者)、嬰兒床、嬰兒揹帶等共 6,689 件，不合格計 1,237 件，不合格率 18.49%。另受理外縣市移送標示不合格案件計 749 件，上開不合格者均依商品標示法規促請廠商改正。

年度	107 年	108 年	109 年	110 年	111 年
全部抽查件數	8,568	8,490	7,700	7,363	11,587
全部抽查不合格件數	1,749	1,862	1,696	1,223	2,188
全部抽查不合格率	20.41	21.93	22.03	16.61	18.88
配合經濟部辦理專案抽查件數	6,505	6,551	5,277	5,691	6,689
專案抽查不合格件數	922	1,011	965	819	1,237
專案抽查不合格率	14.17	15.43	18.29	14.39	18.49
受理外縣市件數	1,356	1,115	1,101	848	749

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。111 年總計通知申復 2,188 家，命令解散 1,405 家，廢止登記 6,145 家。

年度	組織別	通知申復	命令解散	廢止登記
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
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
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 111 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 2,201 家，已投保 2,201 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 111 年度共受理消費爭議申訴案件 3,590 件，其中「其他商品類」770 件為最大宗，其次為「線上遊戲類」668 件，總件數較 110 年減少 219 件，下降 5.75%。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	107 年	108 年	109 年	110 年	111 年
總計	3,784	3,092	3,723	3,809	3,590
商品類小計	2,476	2,048	2,437	2,493	2,328
商 電腦類	210	204	210	311	260

	車輛類	191	154	165	205	190
	家電用品類	235	259	356	383	390
	手機類	344	239	264	236	238
	服飾織品類	142	164	235	220	200
	育樂類	30	27	60	42	23
	文具商品類	4	2	2	0	0
	玩具商品類	22	36	42	39	27
	鞋子飾品類	78	109	144	148	144
	家具類	68	61	92	80	86
	其他商品類	1,152	793	867	829	770
	服務類小計	1,308	1,044	1,286	1,316	1,262
服務類	線上遊戲類	713	548	540	748	668
	婚紗攝影類	45	53	71	63	57
	洗衣類	36	27	33	34	20
	非補教課程	186	193	186	175	158
	其他服務類	328	223	456	296	359
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

為推廣本市特色美食店家，協助餐飲店家轉型升級，111 年以品牌識別「美食在台北」辦理 3 波系列活動。111 年 7 月 12 日至 8 月 31 日以「美食在台北-逗陣呷艦舫」行銷本市萬華區 35 家在地美食特色店家，透過店家人氣票選及民眾消費登錄抽獎，計有 11,799 位民眾參與加入活動會員，網路人氣票選活動截至 7 月 31 日止計有 32,418 筆，消費登錄活動計有 1,993 筆，同時透過 2 部 KOL 影片、1 則美食節目及 25 篇名人部落客文章等進行活動宣傳行銷，影片點閱數計 193,021 次，店家滿意度達 92.9%。

另為協助餐飲店家轉型升級，111 年 9 月 16 日至 10 月 16 日辦理「美食在台北-台北美食月」活動，結合 9 家便利支付、美食及外送業者，帶動本市 8,000 家次餐飲店家，創造約 2 億元營業額；續於 111 年 12 月 1 日至 12 月 31 日及 111 年 12 月 20 日至 112 年 1 月 31 日分 2 波辦理「美食在台北-餐飲數位回饋」活動，透過 LINE Pay、街口支付及悠遊付等 3 家支付業者以電子

形式發放新臺幣 3,000 萬元回饋金，至合作餐飲店家消費享每筆 10%消費回饋，計有 1 萬 3,043 家次本市中小型餐飲店家參與，帶動逾 3 億元消費。



「逗陣呷艋舺」參與店家及貴賓們大合影



「逗陣呷艋舺」參與店家特色美食



「台北美食月」參與數位平台業者合影



「台北美食月」美食、外送平台共推優惠



「餐飲數位回饋」啟動儀式



「餐飲數位回饋」悠遊付加碼回饋方案

二、推動台北好時尚

為型塑本市成為國際時尚魅力城市，發掘設計師人才，「2022『台北好時尚』TOP 時裝設計大賞」，首度新增學生組，讓更多優秀設計師參與競賽，以

利往下紮根，於 111 年 6 月 9 日由評審團共識決初選出 10 位設計師及 10 位學生設計師進入決賽，8 月 18 日假南港瓶蓋工廠進行決賽暨動態時尚秀，由評審團選出設計師組金獎賴名浩、銀獎林倫霆、佳作湯俊翔，學生組金獎劉育嘉、銀獎林恩如。同時為培育新銳設計師與產業品牌媒合，舉辦 2 場媒合會，共計媒合成功 44 件。

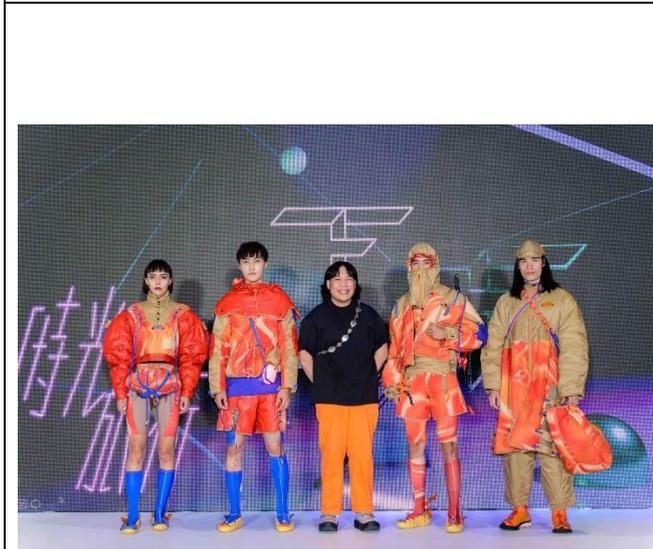
另為宣傳台北好時尚十周年，9 月 19 日於大稻埕碼頭舉辦「時光旅行時尚跨界展演」，邀集歷年入圍之設計師回娘家，並與跨界品牌合作，觸及更多一般民眾了解服裝設計師，並辦理 2 場次靜態展，帶動本市時尚相關產業整體提升與發展。



111 年度台北好時尚動態秀活動大合影



克萊亞特別獎全體設計師合影



學生組金獎得主劉育嘉作品



學生組設計師林恩如作品走秀

	
<p>設計師組金獎得主賴名浩作品</p>	<p>設計師組銀獎得主林倫霆作品走秀</p>
	
<p>台北好時尚時光旅行跨界展演作品謝幕</p>	<p>台北好時尚時光旅行跨界展演大合影</p>

三、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，111 年辦理臺北市促進產業活動及獎勵表揚補助計畫，共補助 11 案促進產業活動及 3 案獎勵表揚活動，補助金額共計 700 萬元。

產業活動部分，辦理「2022 臺北市牛肉麵國際大賞」、「2022 台北神匠 福虎工藝大賞」、「2022 第五屆 TSCA 金杯獎」、「2022 台北秋季結婚購物節」、「2022 台北國際咖啡節」、「2022 Taipei 正裝時刻-隨紳時尚 Suit Casual」、「2022 台北國際造型藝術節」、「第二屆台北文創節」、「2022 台北汽車大展-開啟幸福人生篇」、「2022 日日好料『定食祭』」、「2022 臺北網紅節」11 個產

業活動，藉由補助協會自主辦理行銷活動，共同促進相關產業發展，活絡本市產業商機，活動期間營業額平均提升 23.14%，參與人數達 34 萬人次，店家來客數提升 40.8%，店家滿意度 93.38%。

獎勵表揚部分，「2022 華人公益節暨永續發展與共享經濟論壇」、「慶祝第 76 屆商人節暨表揚大會活動」、「第十七屆台灣廣告節」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，活動共表揚 343 個店家、850 位從業人員，媒體曝光 22 則。



2022 台北國際咖啡節



2022 臺北市牛肉麵國際大賞



2022 臺北網紅嘉年華



2022 Taipei 正裝時刻-隨紳時尚 Suit Casual



2022 第 76 屆商人節暨表揚大會



2022 第 5 屆華人公益節

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「節慶推廣」、「商圈優化」、「提案補助」、「數位轉型」4 個面向，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，型塑臺北獨特城市意象。

一、節慶推廣 - 辦理大型商圈特色活動

(一) 商圈嘉年華

為展示本市商圈多元特色，111 年 9 月至 11 月辦理 8 場次商圈小旅拍導覽遊程，讓民眾前往 14 處商圈遊逛並進行攝影教學；111 年 10 月 8 日至 10 日於圓山花博公園長廊廣場以「青春」為主題、「台北青春 NON-STOP」為 SLOGAN 舉辦商圈嘉年華活動，分為「生活百貨」、「伴手禮品」、「客製服務」、「休閒旅遊」及「美食料理」等展區，透過體驗式行銷，強化商圈品牌意象，形塑本市商圈特色。111 年商圈嘉年華共計 31 處商圈產業、70 個攤位共襄盛舉，3 天活動創造逾 4,269 萬元營業額，吸引逾 74,000 人次參與；另與市集顧問「有趣市集」合作，進行展攤陳設輔導，推出「主題選品」、「主題新品」及「異業合作」等多項商品，提升商圈知名度及商機，促進商圈繁榮。



商圈嘉年華啟動記者會



商圈嘉年華店家異業合作及主題新品呈現



2022 商圈嘉年華活動現場市集



主題輔導選品、新品及異業合作

(二)年貨大街

「2022 臺灣年味在臺北」以「想·享·饗過年」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；因應後疫情時代消費型態轉變，111 年台北年貨大街不搭棚、不新設攤位，提供民眾舒適遊逛空間，另以線上線下串聯行銷，透過擴大街區妝點、加強線上行銷及網紅直播帶路等方式，強化年節氛圍，提升商圈商機。

- 1、111 年 1 月 15 日至 30 日於永樂廣場上設置 6 米高「招財福虎巨型氣球裝置」，吸引民眾拍照打卡；串聯商圈街區組織及學校，邀請在地居民、店家、學童及遊客計 331 人次，共同參與「虎彩繽紛共創燈海」燈籠彩繪創作；設置 7 米寬「開運紅包牆」，提供「虎咬金」發財金等總獎值超過 250 萬元獎項，吸引 6,957 人次參與抽獎活動；首度與本土最大 Podcast 平台 SoundOn 合作，打造國內最大型「街頭播音室」，邀請超人氣的百靈果、感官一條通、呱吉等知名節目及商圈自製節目共計 55 檔至永樂廣場錄製 Live Podcast，更透過台北年貨大街網站同步直播，讓全世界的民眾都可以同步在線上感受臺灣

年貨大街的年味，活動期間共吸引 139 萬 4,380 人次收聽，111 年 3 月止各播放管道計累積 190 萬 2,926 人次收聽，以線上炒買氣、線下炒人氣方式，串聯行銷台北年貨大街。

- 2、 與地方商圈組織共同合作，加強線上與線下系列活動串聯，攜手蝦皮購物自 111 年 1 月 1 日至 1 月 30 日設置全臺最大線上年貨大街「台北年貨大街線上專區」，包含迪化街商圈內 54 家店家共計 100 家本市名店進駐，活動期間創造約 2,500 萬元營業額；另於 111 年 1 月 25 日透過東森電視購物線上向民眾推薦聯通漢芳、火星猴子、鯉魚餐飲及復興客棧等 4 家共 11 組在地優質產品，提供不同年齡層民眾更多元的購物管道，直播 1 小時創造約 25 萬元營業額。整體活動期間為迪化街創造 14.3 億元營業額，吸引 83.6 萬人次來客數。
- 3、 另配合「2021 臺北燈節」，於 110 年 12 月 13 日至 111 年 2 月 20 日期間於中華影音街商圈、北門相機街商圈、沅陵街商圈、重慶南路書街商圈等區域布置節慶燈飾，將臺北燈節融入年節氛圍；另於 110 年 12 月 17 日至 31 日期間，搭配前述燈飾及臺北燈節燈飾，於城中商圈及艋舺服飾商圈與艋舺夜市商圈辦理「想享饗過年-西區大點燈」拍照留言抽獎活動，以吸引消費者走入商圈，刺激消費。



巨型福虎氣球



虎彩繽紛共創燈區



紅包開運牆



熊讚於東森電視購物直播推薦在地特色年貨



迪化街現場民眾採買年貨



台北年貨大街線上專區



後華地走街 - 台北地下街走街拜年

(三) 繽紛耶誕玩台北

為營造本市耶誕節慶氛圍，111年11月18日至112年1月3日辦理「2022 繽紛耶誕玩台北」活動，以「光源台北、放閃世界」為主題，結合本市15大百貨體系業者挹注資源，共同打造本市70處耶誕燈飾，並結合5處特色商圈推出行銷優惠，以創意導客的集章活動，於合作店家掃描QRcode取得電子兌換券，即可免費兌換限量實用又具特色的台北城市餐

袋組及熊讚耶誕餐袋組，更結合民間資源推出逾 60 場聚客活動，其中包含與台北 101 共同主辦「500 趴」活動以音樂結合餐飲聚客行銷，吸引民眾遊逛這浪漫燈飾造景，與絕美燈飾，閃耀交織出浪漫台北耶誕城。



點燈記者會現場貴賓大合照



2022 繽紛耶誕玩台北燈飾-星願之樹



2022 繽紛耶誕玩台北-花海光廊拱門



2022 繽紛耶誕玩台北燈飾-南西星光之徑



2022 繽紛耶誕玩台北燈飾-派對星河



2022 繽紛耶誕玩台北燈飾-暖心幸福聖誕



紀念商品台北城市及熊讚耶誕餐袋組



「500 趴」活動結合音樂美食市集

(四)亮點競爭型計畫

1.天母啤酒節(111 年首辦)

為提振天母商圈商機發展，形塑商圈充滿異國氣息、匯聚多國文化及美食之特色，111 年 7 月 8 日至 8 月 25 日首度辦理「天母啤酒節」，結合在地 100 家以上特色店家、3 大百貨及啤酒業者，以可愛「酵母君」為元素，設置 5 處打卡亮點裝置物，辦理打卡抽獎活動，導客至天母商圈遊逛消費；7 月 23 日、24 日於天母運動公園辦理主場活動，邀請 60 家人氣店家參與展售及知名藝人進行演唱，另與 5 大知名業者合作推出 6 款天母專屬特仕款啤酒展售，一同享受天母 Chill 氛圍，以提升商圈知名度及商機，活動期間總計吸引逾 12 萬人次參與，消費者滿意度達 91.8%，業者滿意度達 84%。



天母啤酒節 2022 首辦啟動



天母啤酒節 6 款特仕版啤酒



「2022 天母啤酒節」活動吸引民眾前來遊逛



「2022 天母啤酒節」周邊紀念品



天母商圈貴賓與民眾合影



活動現場人山人海，越晚越 HIGH!

2.北投女巫魔法節(111 年首辦)

為展現北投歷史人文及觀光資源，形塑商圈特色，111 年 8 月 4 日至 9 月 4 日首次於北投公園、七星公園、七虎公園辦理「北投女巫魔法節」，以「北投地名」衍伸融合奇幻元素，規劃 6 大主題活動、夜間鐳射光雕秀與 7 處藝術造景，搭配北投地熱谷公園改造大變身，推出一系列活動，同時辦理週週展演活動，每週以不同主題來吸引人潮，並串連在地超過百間特約店家共同推出行銷優惠，如女巫 NFT、綠能集點、消費滿額換好禮等活動，活絡商圈商機，活動期間參訪人次達 14 萬人次，業者營業額提升 20%。



活動現場商圈貴賓大合照



魔法鐳射光雕主秀



主題打卡裝置-黑貓使魔



主題打卡裝置-飛耀魔法書



主題打卡裝置-幻境光廊



民眾遊逛現場聯合展攤園遊會

3.西門 PLAY 樂購町

為營造西門商圈年輕潮流、觀光熱點意象，於耶誕、跨年期間 111 年 12 月 3 日至 112 年 1 月 9 日辦理「2022 西門 PLAY 樂購町」，以「爽爽貓」與「小勞撫」為主題，在西門捷運站 6 號出口站等附近設置 5 座亮點等打卡裝置物，並於每週例假日舉辦週週展演活動如「FUN 玩演唱會」、「IP 拍照見面」、「偶像見面會」、「KPOP 創意舞蹈大賽」、「街頭藝人特

輯表演」等活動，及串聯在地特約店家 100 家以上共同推出行銷優惠，促進在地商圈店家商機，合作店家整體營業額相較去年有感提升約 9,750,000 元，活動期間較活動前捷運西門站平均每日出站人數提升 9,300 人次，店家滿意度達 84.5%，民眾滿意度達 98.1%，媒體露出共計 80 則。



西門 PLAY 樂購町啟動儀式



贏家榮譽獨特相框



小勞撫降臨禮物盒



爽爽貓 IP 見面會



演唱會人潮滿滿

二、商圈優化

(一)友善店家推廣計畫

為提升對國際遊客友善形象，推動台北友善店家推廣計畫，以英、日、

韓外語友善、行動裝置充電、無障礙友善服務、性別友善、便利支付、素食友善、友善廁所、公平貿易友善、Free WiFi、自行車友善、哺(集)乳友善、穆斯林友善及月經友善(111 年新增)等 15 項友善服務項目，招募熱情具服務熱忱店家加入，至 111 年底累計總家數為 714 家友善店家及場館，並加以行銷推廣。於 111 年 7 月 29 日辦理活動宣傳記者會，於 7 月 29 日至 8 月 31 日辦理「好康都有你」導客活動，並透過蔡阿嘎及嘎嫂二伯拍攝宣傳影片，觀看次數逾 90 萬人次，另於 8 月至 10 月辦理 8 場次「台北友故事」體驗小旅行，帶領民眾走訪「花博」、「民生社區」、「加蚋」、「晴光」、「天母」及「龍山寺」等 6 處本市特色場域，體驗店家提供之暖心服務，提升友善店家形象及知名度，提供消費者優質的友善服務，形塑本市為友善城市之都。



111 年「台北友故事」活動記者會



龍山寺小旅行手作體驗



與網紅 EVA 共遊民生社區小旅行



網紅嘎嫂二伯行銷影片

(二) 店家再造計畫

為促進特色店家轉型升級，並提升店家競爭力，111 年甄選出本市具特色且欲轉型升級的 10 家再造店家，如成都楊桃冰、馬叔餅舖、蒜油木

子、娥嬭炖鰻、義興樓、山芳良油、阿段烘焙、布田食品、布調、得記烘焙，及 14 家型店店家如川業肉圓、巷日葵、一日樂食、Coco Brother 椰兄、臺灣一品拉麵與刀削麵、極膳、賈福廚房、協興蛋家、唯星蛋糕、一滴滴 EDD、Littlework 繡珍森活、針線球、來好、天食地粟進行輔導與推廣。並於 111 年 11 月 5 日假永樂廣場辦理「台北造起來」市民同樂會，行銷 24 家輔導店家成果，並展現其品牌特色、商品等，及透過一系列行銷活動，如成果影片、社群宣傳、及體驗團等宣傳店家，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，店家營業額平均增加 1 成以上。



傳統店家「山芳良油」再造前



傳統店家「山芳良油」再造後新風貌



輔導店家「唯星蛋糕」改造前



輔導店家「唯星蛋糕」改造後風貌



輔導店家「成都楊桃冰」排隊人潮



體驗團活動輔導店家與民眾互動



台北造起來市民同樂會成果發表



成果發表會現場活動人潮

(三)特色商圈轉型

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，111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.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」推動商圈活絡發展，111年完成 14 項軟硬體設備改善，SOGO 後方停車場用地改造開放空間案刻正進行細部設計，規劃整併綠廊帶，串連形塑友善人行休憩空間，將於 112 年動工；另為持續協助東區協會凝聚在地共識及健全組織經營，於暑假及 11 月東區週年慶活動期間，與在地周邊店家合作辦理 2 場次東區之指標性大型特色活動，3 場次小旅行活動；更於 112 年配合「2023 台灣燈會在台北」於東區巷弄設置 5 座主題燈及 40 件以上藝術入店作品。



忠孝東路四段 101 巷人行道標線



民眾遊逛「混市集」，一起混東區！



民眾至浪苑觀賞藝術入店作品燈飾



民眾遊逛「SOGO 綠廊帶市集」



東區週年慶藝起購舞台表演



墨西哥藝術家 Lua Rivera 於瑠公公園打造 1 組 15 件大型編織藝術作品「榮容」



藝術家范承宗於敦仁公園結合實木、鐵件、鋼索等創作之建築意象作品「仁愛帆城」



加拿大藝術家 Liam Morgan 製作大型動態燈光藝術入店作品「Ngan Wat : Taipei」

2.永康商圈輔導活化計畫

111 年 8 月 24 日至 9 月 18 日推出「趣永康 找樂子」系列活動，串聯 73 家店家辦理「趣永康 逛好店」消費集章抽獎活動，提供 500 元電子商圈現金抵用券 360 份、活動合作店家商品之商圈大禮包 20 份，活動期間總計參與活動獲得抽獎機會人次為 15,438 人次；另結合在地特色店家、手作體驗景點及人文歷史等資源，辦理 2 場次「趣永康找樂子 品味風格小旅行」小旅行活動，深度體驗，共計 31 人參與。



店家串聯導客活動-「趣永康逛好店」活動



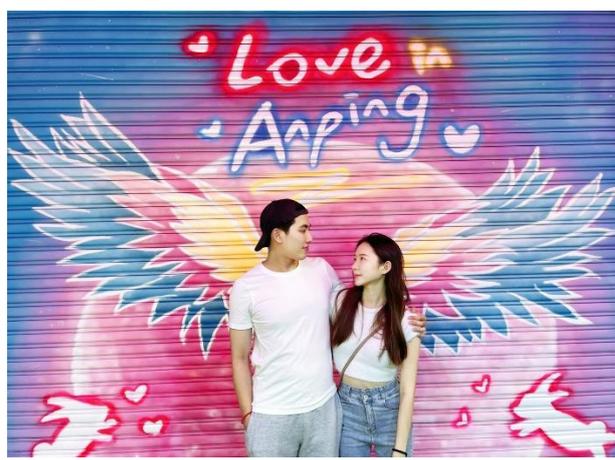
店家串聯導客活動-「趣永康逛好店」活動



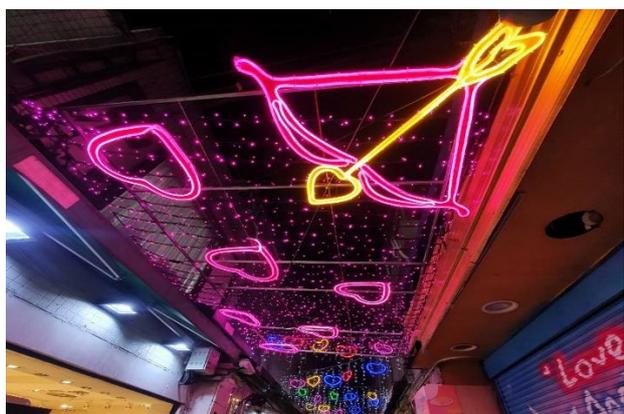
2場次深度體驗小旅行活動

3. 士林商圈輔導活化計畫

推出「士林饗樂購 愛戀安平街」系列活動，於安平街近大東路口進行情人意象街區妝點，與藝術家合作進行鐵捲門塗鴉及燈飾妝點；辦理「憑魅力脫單」拍照打卡抽獎活動，透過出示妝點街區照片分享社群畫面還可參加「憑食力脫單」活動，有機會兌換限量士林特色美食商品福袋，總計發送 1,620 份，參與活動人次達 6,685 人次；另與士林夜市商圈周邊學校合作，8 月底至 9 月初配合學校開學季辦理「憑學力脫單」活動，完成指定任務即可獲得限量商圈好禮兌換券，總計發送 2,500 份。



「憑魅力脫單」拍照打卡抽獎活動



安平街霓虹燈飾增添浪漫氛圍



「憑食力脫單」拍照打卡送商圈福袋活動

4.五分埔商圈輔導

為帶動五分埔商圈人潮，特針對學生及年輕消費族群，於 111 年 11 月 19 日辦理「2022 五分埔街舞衣術節」活動，街舞競賽共 18 組隊伍參賽，祭出每隊參賽 4,000 元購衣金，從五分埔商家採購搭配出符合自己團隊風格的表演服裝；另邀請 3 位網紅至商圈進行一日逛街體驗，依照不同風格進行議題規劃，執行成果宣傳露出 44 則，網紅宣傳效益總計留言數 886 則，帳號互動數 24,577 次及觸及率 1,051,047；另於 111 年 10 月 1 日、10 月 22 日辦理 2 場輕旅路線，結合在地導覽老師為民眾進行深度導覽歷史解說，共計 34 人參與。



參賽隊伍穿著五分埔購入服飾展現舞技



現場民眾熱烈參與最佳造型獎票選



評審老師給參賽隊伍評分



商圈貴賓與評審老師及得獎隊伍大合照

5.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 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，府級督導，持續推動以提振貓空地區發展；另為協助店家申請開發許可，本府刻正檢討訂定貓空地區都市計畫專案變更策略，本處同步透過「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，就公安消防、水保環境、食品衛生等面向進行輔導，至輔導計畫申請截止計 36 件申請案，將自 112 年至 114 年輔導申請店家朝合法化經營，定期檢視受輔導店家現況，並協助吸引遊客至貓空地區體驗遊逛。

本處另透過貓空轉型輔導暨行銷推廣計畫，輔導貓空店家建置電商平台及綠色點數機制，媒合 30 間店家上架特色商品，共 158 件商品於 Mobii 平台及蝦皮賣場上架，並於 111 年 9 月 16 日起至 11 月 28 日辦理 3 場線

上促銷及 2 場宣傳活動；綠色點數應用推廣部分，以 Line@單一入口平台串聯「Mobii」及「蹦世界」兩平台，結合綠色運具與業界平台合作推出集點回饋機制，如步行達 1,000 公尺、搭乘貓纜或每週搭乘大眾運具兩次等進行綠色點數累點；線下行銷活動部分，於 111 年 9 月 30 日以媒體團小旅行活動同步結合線上行銷，宣傳綠色點數累兌點操作方式，新聞稿及部落格合計發稿 86 則。



兒童月暨地球日系列活動-農村生態體驗營



專案輔導計畫書申請指導



2022 貓空封茶系列活動-孝道傳承感恩封茶

三、提案補助 - 臺北市商店街區總顧問團計畫

111 年共補助 41 處商圈，鼓勵本市商圈組織發揮創意針對地方特色自主提案，並藉由相關領域的專家學者組成總顧問團，給予提案組織專業諮詢與建議，並透過陪伴制度於活動前、中、後深度輔導商圈發展，以提升行銷推廣活動之品質，另於 111 年 12 月 19 日遴選共 17 處表現優異的商圈，包含 5 處績優商圈、5 處創意巧思、4 處在地團結及 3 處最佳進步獎，鼓勵本市商圈繼續推廣跨域合作。

另辦理特色商圈交流及觀摩,以「 商圈自治、環境維護 」、「數位轉型」、「 地方創生 」 為主軸,於 111 年 10 月 3 日至 4 日至南投商圈進行參訪交流,計有臺北市商圈產業聯合會及 23 個商圈組織,透過實際體驗活動及交流座談會,瞭解其組織運作模式、學習地方創生思維與數位轉型運用,以及觀光工廠如何將生產過程轉換成體驗活動的設計與教學方式,讓各商圈思考將自身商圈特色進階轉化成獨特體驗,帶給消費者不同的感受。



111 年第二次商圈總顧問團會議



111 年顧問團訪視諮詢



天母萬聖節活動吸引滿滿人潮



2022 西門商圈友善享樂祭遊行大合影



至南投商圈參訪交流觀摩



111 年度績優商圈表揚大會大合影

四、數位轉型 - 商圈數位轉型暨 E 化應用

以「基礎培育」、「深度輔導」及「擴大規模」三大面向進行規劃，辦理 13 堂數位培訓課程，21 處商圈，478 人次參與；甄選出本市 40 家示範店家導入虛實整合(O2O)經營模式；推出數位轉型服務方案補助，經專家學者遴選，與 17 家資訊服務業者推出 37 項數位轉型方案，輔導本市 1,000 家以上店家導入新型態商務經營模式及導入無現金支付。

											
<p>店家數位應用課程授課實況</p>	<p>甄選示範店家導入虛實整合實機操作</p>										
	 <table border="1" data-bbox="1125 1388 1324 1545"> <thead> <tr> <th>成功推薦人數</th> <th>全盈儲值金/人</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1-5人</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>6-10人</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>11-30人</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>31人以上</td> <td>25</td> </tr> </tbody> </table>	成功推薦人數	全盈儲值金/人	1-5人	10	6-10人	15	11-30人	20	31人以上	25
成功推薦人數	全盈儲值金/人										
1-5人	10										
6-10人	15										
11-30人	20										
31人以上	25										
<p>輔導店家導入線上點餐系統</p>	<p>輔導店家導入無現金支付</p>										

後疫情商圈產業振興

一、「台北購起來」消費抽獎行銷活動

110 年 11 月 2 日至 111 年 2 月 15 日辦理為期 3.5 個月「2021 台北購起來」消費抽獎行銷活動，透過全市性消費抽獎活動，串聯本市店家共同參與，

另招募本市破千家特約店家提供折扣優惠，規劃日日抽、週週抽、月月抽、萬華加碼月月抽、總抽等豐富獎項，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。活動註冊參與人數逾 15 萬人(綁定雲端發票會員數超過 5.5 成)、發票及收據登錄張數超過 324 萬張、登錄金額達 53.9 億元以上，有效活絡振興本市商機。

	
<p>台北購起來第 2 波月月抽記者會</p>	<p>臺北市商圈產業聯合會洪文和理事長與產業局長、商業處長抽出亂數號碼</p>
	
<p>台北購起來總抽獎活動</p>	<p>商圈貴賓與市長抽出亂數號碼</p>

二、台北熊好券 2.0 - 饗購券

為與本市零售、餐飲業者一同挺過疫情、加速數位轉型振興，本處 111 年 10 月份推出熊好券 2.0 - 饗購券，共發行 48 萬份及商圈特店禮 40 萬份，消費活動期間自 111 年 10 月 25 日起至 12 月 18 日止，而於 12 月 16 至 18 日更推出「終極加碼」以擴大整體效益，活動總計 1 萬 1,307 家店家參與，除去年熊好券 - 饗購券 1.0 部分店家持續參與外，新進 2,228 家合作店家，總使用金額 412,850,500 元，共同促進提振本市零售、餐飲商機。



「熊好券 2.0」登記起跑記者會(10/18)



「熊好券 2.0」抽籤記者會(10/25)

三、臺北市餐飲數位回饋計畫

為活絡餐飲消費商機，於 111 年 12 月 1 日至 12 月 31 日及 111 年 12 月 20 日至 112 年 1 月 31 日分 2 波辦理「美食在台北-餐飲數位回饋」活動，透過 LINE Pay、街口支付及悠遊付等 3 家支付業者以電子形式發放新臺幣 3,000 萬元回饋金，至合作餐飲店家消費享每筆 10%消費回饋，每次回饋上限 100 元，每人或每會員上限總額 500 元，計有 1 萬 3,043 家次本市中小型餐飲店家參與，帶動逾 3 億元消費。



「餐飲數位回饋」啟動儀式



「餐飲數位回饋」悠遊付加碼回饋方案



LINE_Pay 加碼回饋方案



街口支付加碼回饋方案

四、提振商機商圈產業活動

111 年下半年本處辦理 53 場商圈活動、17 場產業活動及 22 場商圈深度體驗小旅行，包含鼓勵商圈及產業組織以在地發展角度自主規劃並辦理特色活動、針對需轉型深度輔導或受疫情影響較嚴重之觀光型商圈主題性行銷導客等，總計超過 92 場次商圈產業振興活動，透過公私協力，共同型塑本市商圈產業特色並提振商機。



2022 台北冬季結婚購物節



萬華美食樂遊再造店家老濟安分享改造經驗



第 13 屆承德好車公益嘉年華



2022 年民生·悠活節~來民生商圈悠活一天



彩虹婚禮嘉年華



2022 朝陽手作町 燈籠好閃亮



2022 南昌家聚節



「樂活台北 競速文昌」活動



2022 台北國際造型藝術節



第十屆發現書街的美好價值-重南商圈購物節



2022 「愛戀公館」-璀璨青春「街頭鬥牛賽」



2022 好鞋好襪嘉年華



2022 「大直慢慢玩」活動



台北後站商圈第 14 屆批客節-批客嘉年華會

未來施政重點

- 一、廣續推動公司、商業登記資訊化作業，提供更多元便利支付管道，持續簡化登記作業行政流程，並優化「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，便捷登記服務。
- 二、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，並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，健全本市商業環境。
- 三、持續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、以友善店家計畫型塑本市友善之都意象，另依商圈特性分別定位觀光休憩型、目的消費型、在地特色型商圈，依其屬性、規模予以分級適性輔導，輔以商圈 E 化數位轉型，強化商圈在地經營及線上線下多元行銷，推動地方共榮，同時打造本市美食及時尚產業品牌，以發展特色產業、營造多元商圈，展現本市便捷、友善、智慧且多元之城市生活風貌。