

臺北市商業處施政報告

資料截止日期：109年8月31日

資料更新日期：109年9月11日

專責人員：沈智玲 職稱：約僱科員

電話：(02)27208889-1336

E-mail：cx_45186@mail.taipei.gov.tw

重要施政成果

重要成果

一、本市商業登記概況

迄109年8月底止，本市獨資、合夥商號登記家數計59,005家，公司登記家數計179,741家，總計家數為238,746家，較108年同期增加0.22%。

二、商業管理業務

(一) 109年1月1日至109年8月31日止執行商業稽查共2,950家次，其中十大行業稽查812家次，一般商業查察2,138家次，分佔總稽查家次之27.5%及72.5%。

(二) 109年1月1日至109年8月31日止查獲違反商業法令規定計有67家次（含警察局通報及法規競合違反建築法令部分），均依法裁處。截至8月底，商業處計收繳罰鍰55件，罰鍰收繳金額新台幣1,901,000元，金額收繳率95.1%。

(三) 行政罰鍰收繳以前年度部分（93~108年）：

商業處帳列應收未收罰鍰2,252,362元，109年截至8月底收繳561,125元，另取得債權憑證249,452元。

(四) 十大行業現況

1. 合法設立家數及違規列管家數

(1) 合法設立：八大行業135家、資訊休閒業59家、電子遊戲場業9家。

(2) 違規列管家數：八大行業7家、資訊休閒業3家、電子遊戲場業0家。

2. 公共意外責任險：截至109年8月底合法十大行業應投保家數180家，已投保180家，投保率100%。

三、消費者保護業務

109年1月1日至109年8月31日止共受理消費爭議申訴案件2,541件，其中商品類1,047件，服務類635件，均依消費爭議處理程序函請廠商妥適處理。

四、商品標示業務

109年1月1日至109年8月31日止辦理商品標示抽查件數共

4,677 件，不合格者 1,040 件（其中 500 件移外縣市），不合格率 22.24%，其中包括配合經濟部辦理商品專案抽查共 3,127 件，不合格者 616 件，不合格率 19.7%，另受理外縣市移送標示不合格案件計 729 件；上開不合格者均依商品標示法規定促請廠商改正。

五、城市美食產業推廣

以「台北幸福味」為主題，推薦 20 家幸福味餐廳，因應疫情影響，擴大整合 21 家外送、美食平台及便利支付業者辦理「台北美食月不斷送」活動，超過 15,000 家次本市餐飲店家參與，帶動美食業轉型升級，創造餐飲新商機。另結合數位旅遊平台 KLOOK 設立專區，透過平台 Blog 專欄文章及宣傳影片行銷；並於 4 家新興媒體妞新聞、女生日常、愛貝克、輕旅行露出餐廳，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。

六、「臺北好時尚」動態秀

為建立臺北時尚品牌，使臺北的設計實力與國際接軌，「2020 臺北 TOP 時裝設計大賞」初選評選出 10 位設計師，於 109 年 8 月 18 日舉辦決賽暨動態時尚秀，由評審團選出金獎、最佳市場潛力獎、最佳版型運用獎及最佳布料應用獎之得獎設計師，且為串接時尚產業鏈資源，結合媒體、娛樂、美髮、造型等知名廠商，舉辦 2 場論壇、1 場靜態展及 2 場媒合會，加強人才培育及品牌孵化，帶動本市時尚相關產業提升，以型塑本市成為國際時尚魅力城市；110 年將持續辦理「2021 臺北 TOP 時裝設計大賞」，提升本市優秀的設計師之能見度，並躍上國際舞台。

七、特色產業節慶推廣

以「繽紛耶誕玩台北」為主題，規劃於 109 年 11 月 27 日至 110 年 1 月 3 日整合本市 15 家百貨業者及 4 大特色商圈共同行銷，以胖卡專車巡迴快閃百貨及商圈，並透過大商圈帶小商圈模式，利用節慶話題及民眾參與機制，創造聚客景點，串連行銷特色產業，並透過商業合作提高產業能見度，進而提升產業能量、活絡本市商機。

八、特色產業再造

109 年持續推動店家再造，協助本市特色店家升級轉型與提升競爭力，甄選出 22 家店家進行輔導，透過顧問團隊輔導店家改造、升級、創新、轉型，並舉辦系列行銷活動宣傳成果，建立產業標竿，由點線面逐步推展，帶動產業及業者自我提升。

九、促進產業活動及獎勵表揚

為鼓勵產業自主辦理促進活動及表揚優秀從業人員與業者，以形塑本市產業魅力並帶動企業社會責任。108 年補助 8 場活絡產業及 3 場獎勵表揚活動，補助金額共計 600 萬元，皆已辦理完畢，促進產業活動刺激店家來客數成長 25.6%、營業額提升 22.7%，獎勵表揚活動共表揚 137 家店家及 278 位從業人員；109 年度預計補助 9 場活絡產業及 3 場獎勵表揚活動，補助金額共計 600 萬元。

十、發掘商圈魅力，輔導發展品牌特色

(一) 形塑商圈產業特色，活絡商圈產業經濟

1. 臺北市提振商圈發展補助計畫

109 年度持續透過「臺北市提振商圈發展補助計畫」協助商圈自主辦理 33 場商圈行銷活動，補助金額共計 2,000 萬元，截至 109 年 8 月底，共辦理內湖 737 商圈、條通商圈、晴光商圈、永康國際商圈、西門商圈、北門相機商圈、四平商圈、台大公館商圈、重南書街、東門永康商圈、愛國東路國際婚紗街、大直商圈等 12 場商圈特色活動，並於 109 年 7 月 31 日辦理「商圈交流觀摩」，計 37 個商圈、共計 75 人參與，參訪王鼎時間科藝體驗館，透過商圈間互相觀摩交流，學習休閒體驗規劃操作方法，進而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；另透過互動交流聆聽商圈代表意見，一同帶動臺北市商圈發展。

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 項工作項目於今年持續推動，並持續收斂台北市東區商圈發展協會及當地意見，今年總計 18 項工作項目，針對軟硬體設施進行改善。

109 年持續輔導東區商圈推動相關工作，商圈定位係以潮流藝文元素及夜經濟之特性，發展「夜食」、「夜遊」、「夜享」、「夜讀」及「夜時尚」之「東區五夜城」，打造東區為特色店家創店首發站及民眾夜品臺北之首選。

為讓民眾有不同的商圈遊逛體驗，與台北市東區商圈發展協會

共同合作辦理「綠美丘 Midori Art Market III 東區市集」活動，於109年2月28日起至3月27日每周五、六、日下午2時至晚上9時，串聯頂好廣場、瑠公公園及SOGO後方綠廊帶舉辦藝術市集活動，活動期間平均每日來客數約5,000人至8,000人；透過經濟部振興計畫於109年7月11日至12日協助台北市東區商圈發展協會假大安路一段辦理「2020好享購-設計好物市集」，舉辦音樂表演及文創市集等系列活動及設置主題拍照區，吸引53家攤位報名、遊逛人次超過15,000人、營業效益達新臺幣250萬元以上；另協助台北市東區商圈發展協會於7月17日起每周五、六、日下午4點至晚上10點假頂好廣場及龍門廣場辦理「顆顆書店」市集，透過不同的主題展覽如：結合知名插畫家包大山的「熊超人療癒所」及體育署打造的「運動超能力貨櫃屋」，吸引人潮前來東區商圈遊逛，後續亦將持續協助東區商圈辦理活動，以行銷推廣東區商圈特色。

(二) 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。

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。

(三) 友善店家推廣

為吸引旅客到商圈遊逛，招募熱情具服務熱忱店家加入，以提供15項友善服務為重點，至109年8月底累計總家數為673家友善店家及場館，並結合google地圖建置友善店家網站中、英兩種版本，方便民眾查詢友善店家。

109 年度下半年除持續招募友善店家及場館，目標以深入輔導友善店家為主，加以行銷推廣，針對不同友善服務項目，邀請知名網紅插畫家當肯授權 3 款圖素並設計角色，於 109 年 8 至 10 月推出「當肯帶你走」消費集點活動，吸引民眾至友善店家消費；另結合 5 位網紅於 109 年 6 月至 9 月進行 7 場次友善店家小旅行等行銷加強推廣友善店家，打造友善店家品牌，提供消費者優質的友善服務，形塑本市為友善城市之都。

(四) 商圈嘉年華-台北生活祭

規劃於 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 6 位網紅行銷推廣商圈特色；另預計於 109 年 10 月 16 日至 10 月 18 日於圓山花博公園長廊廣場辦理「商圈嘉年華-台北生活祭」活動，以「商圈職人製造所」為主題，將展區分為「吃貨職人」、「生活職人」、「風格職人」等區，透過體驗式行銷，強化商圈品牌意象，形塑本市商圈多元特色。活動預計邀集 21 處商圈及 71 家以上特色店家參展，3 天展期預計吸引約 5 萬名民眾參加，創造約 2,500 萬元的營業額。

未來施政重點

為促進商業永續發展，提升市民生活品質，本處以「便捷登記服務」、「安全商業環境」、「發展特色產業」、「營造多元商圈」為施政主軸，持續進行登記業務流程簡化及推展電子化補正服務、促進消費者保護及落實商品標示正確、加強產業團體交流及推廣特色產業、推動友善店家計畫及導入科技工具運用，並透過評選、比賽與專業團隊規劃引導，培養商圈與產業之自主經營與管理能量，另結合時令節慶，串連商圈及產業作整體行銷，以期達成「建構友善樂活且具特色優質商業環境」之願景。

資料提供：臺北市商業處