

# 臺北市商業處施政報告

(請提供自 110 年 1 月 1 日至 8 月 31 日資料)

資料截止日期：110 年 8 月 31 日

資料更新日期：110 年 10 月 8 日

專責人員：胡幸安 職稱：科員

電話：(02)27208889-1336

E-mail：cx\_15196@mail.tapei.gov.tw

## 重要施政成果

### 重要成果

#### 一、本市商業登記概況

迄 110 年 8 月底止，本市獨資、合夥商號登記家數計 59,970 家，公司登記家數計 179,054 家，總計家數為 239,024 家，較 109 年同期增加 0.12%。

#### 二、商業管理業務

(一) 迄 110 年 8 月 31 日止執行商業稽查共 1,939 家次，其中十大行業稽查 329 家次，一般商業查察 1,610 家次，分佔總稽查家次之 17.0%及 83.0%。

(二) 迄 110 年 8 月 31 日止查獲違反商業法令規定計有 3 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。110 年截至 8 月底，商業處計收繳罰鍰 164 件，罰鍰收繳金額新臺幣(以下同)2,643,500 元，金額收繳率 81%。

(三) 行政罰鍰收繳以前年度部分(93~109 年)：

商業處帳列應收未收罰鍰 3,484,565 元，110 年截至 8 月底收繳 1,646,774 元，另取得債權憑證 110,963 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 53 家、電子遊戲場業 9 家。

(2) 違規列管家數：八大行業 0 家、資訊休閒業 0 家、電子遊戲場業 0 家。

2. 公共意外責任險：截至 110 年 8 月底合法十大行業應投保家數 197 家，惟為防治特殊傳染性肺炎，預防疫情擴散，本府 110 年 5 月 14 日公告前揭業者停止營業，俟中央流行疫情指揮中心宣佈開放營業，將請保險屆期之業者，提送完成投保公共意外責任保險證明文件予商業處備查，始同意復業。

#### 三、消費者保護業務

迄 110 年 8 月 31 日止共受理消費爭議申訴案件 2,584 件，其中商品類 1,665 件，服務類 919 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

迄 110 年 8 月 31 日止辦理商品標示抽查件數共 3,572 件，不合格者 708 件（其中 412 件移外縣市），不合格率 19.82%，其中包括配合經濟部辦理商品專案抽查共 2,876 件，不合格者 529 件，不合格率 18.39%，另受理外縣市移送標示不合格案件計 517 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

為協助本市餐飲業者轉型升級與推廣，於 110 年 7 月 16 日至 8 月 15 日辦理「台北美食，我來支持」活動，集結 12 家外送、點餐外帶平台業者，以吸引消費誘因為核心，結合餐飲外送與外帶服務，超過 15,000 家次本市餐飲店家參與，藉由本次活動，一方面推廣各平台提供本市餐飲店家與萬華區業者合作優惠共度疫關，另一方面運用平台優惠回饋促使民眾提高線上消費動機，享用本市餐飲美食，並導入防疫作為與振興轉型升級，與餐飲店家共同度過這疫關。整體活動市府挹注經費約新臺幣 340 萬元，共創造出 17 倍乘數效益，協助至少 2,207 家店家轉型升級，同時帶動本市 15,000 家次消費商機。

#### 六、「台北好時尚」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，「2021『台北好時尚』臺北 TOP 時裝設計大賞」初選評選出 9 位設計師，於 110 年 9 月 30 日假 CÉ LA VI Taipei 舉辦決賽暨動態時尚秀，由評審團選出金獎、銀獎、佳作之得獎設計師，另為協助設計師提升知名度，共辦理 2 場媒合會，於 110 年 5 月 27 日透過視訊會議讓設計師與布料、副料業者認識合作，共計媒合成功 12 件；第 2 場媒合會預計於 110 年 10 月底辦理，同時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。

#### 七、特色產業節慶推廣

以「繽紛耶誕玩台北」為主題，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。整體活動期間各家百貨聯手挹注資源逾 3,000 萬元，吸引參與人數超過 300 萬人次。

#### 八、特色產業再造

110 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，甄選出再造 10 家、型店 13 家共計 23 家店家進行輔導，透過顧問團隊從經營策略、品牌定位、產品包裝、空間設計等面向進行輔導；另針對今年輔導店家於 110 年 5 月至 8 月開設數位轉型、社群營銷、品牌經營等 8 場系列輔導課程，其中因應疫情影響、網路時代電子商務崛起，特別開設數位社群行銷工作坊，培養店家經營者數位應用技能及經營新思維；另於 110 年 10 月 19 日辦理「台北百年 x 傳家好店」選拔暨表揚活動，及預計於 110 年 11 月初辦理店家再造成果發表會，協助店家適時轉型以建構競爭優勢，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、友善店家推廣

為形塑本市為首善之都，110 年持續招募友善店家及推動友善店家識別 ICON，截至 9 月計 708 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，並優化網站方便民眾查詢友善店家。今年以深入輔導友善店家為主，並加以行銷推廣，訂於 110 年 10 月 1 日辦理宣傳記者會，並透過木曜拍攝「台北友故事」宣傳影片及透過店家民眾互動之創意導客活動及規劃於 10 月至 11 月辦理 8 場次小旅行，吸引民眾前來遊逛，提升友善店家形象及知名度，形塑本市成為友善城市之都。

#### 十、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。110 年度補助 9 場活絡產業及 3 場獎勵表揚活動，補助金額共計 600 萬元，因應疫情多數活動轉型線上，台北市牛肉麵交流發展協會於 9 月 1 日至 9 月 15 日辦理「2021 臺北市牛肉麵線上嘉年華」店家招募，後續結合 Foodpanda 美食外送平台設立「臺北市牛肉麵產業專區」；另台北市佛具商業同業公會於 9 月 9 日線上舉辦 2021 台北神匠木雕工藝大賽頒獎記者會；以及台北精品咖啡商業發展協會於 9 月 15 日推出「2021 TSCA 日日金盃」咖啡優惠活動。

## 十一、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

- (1)110 年補助 36 處商圈自主辦理商圈特色活動，補助金額共 2,000 萬元，透過串連商圈店家、周邊產業及異業結盟方式，共同促進商圈發展。
- (2)為因應疫情面臨之課題，透過總顧問團陪伴機制，輔導商圈進行補助案活動轉型，於 110 年 6 月至 8 月間召開 2 場次輔導轉型研商會議，另於 110 年 8 月 20 日召開 110 年度第 1 次總顧問團會議，透過總顧問團委員協助提供本府輔導商圈補助案轉型方向及後續評定績優商圈表揚之相關建議。
- (3)另為促進本市商圈組織學習有關體驗經濟推廣及行銷活動、產品開發等創新概念及實務作法，透過瞭解觀光工廠商業模式及社會企業的精神及商圈自主管理模式，將生產過程轉換成體驗活動的設計與教學，進而活用臺北市商圈擴展能量及行銷推廣地方特色。

#### 2. 忠孝東區振興計畫

- (1)為促進東區商圈活絡發展，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」為主題推動忠孝東區振興計畫。110 年持續推動 18 項工作項目，串聯本府相關局處針對東區軟硬體設施進行改善，並透過多場特色行銷活動，持續推廣東區商圈特色定位及未來發展方向。規劃於 10 月以東區特色巷弄為主題，設置特色街標，並串聯打卡活動，讓民眾除了打卡拍照之外，可以透過互動遊戲同時獲得周邊商家的折價券，進一步將商機帶入東區。另於 11 月邀集在地百貨業者推出東區周年慶活動，推出消費滿額贈及抽獎活動，吸引人潮前來東區遊逛。
- (2)為協助東區商圈組織發展及行銷東區定位特色，持續導入專業輔導團隊進行適性輔導。為因應嚴重特殊傳染性肺炎疫情影響，業於 110 年 6 月及 8 月辦理 2 場線上主題式座談會，提供疫情期間財務管理及經營轉型之策略，共計 127 人次參與。另訂於 110 年

8月及10月盤點東區商圈7里(光武里、仁愛里、建安里、建倫里、車層里、華聲里及正聲里)空店家數基本資料供本處及在地商圈組織參考，以掌握在地發展現況，及有利後續協助媒合適宜業者進駐，以促進商圈永續經營發展。

### 3. 士林、永康商圈輔導活化計畫

- (1)為營造士林商圈安平街區特色氛圍，吸引民眾前來打卡遊逛，規劃於110年11月，以情人意象為主題進行塗鴉彩繪並裝設情人意象燈飾妝點營造情人浪漫氛圍。另於110年12月推出消費滿額抽獎活動，與至少100家特約店家合作，發送總計5萬份刮刮卡。
- (2)為活絡永康商圈發展，規劃於110年11月結合在地特色店家、手作體驗景點及人文歷史等資源辦理至少2場次深度體驗小旅行活動。另於110年12月辦理商圈特色行銷及深度體驗推廣活動，與100家以上店家合作，以專屬永康商圈之文青特色進行妝點及推出消費滿額贈活動，以型塑永康商圈節慶氛圍。
- (3)後續將透過結合社群網路行銷，邀請知名網紅「鬧著玩」團隊拍攝宣傳行銷影片，並出席宣傳記者會，以及趣味科技濾鏡、粉專貼文等方式進行多元推廣。並訂於110年6月、9月、12月，定期盤點彙整士林商圈、永康商圈空店家數基本資料供本處及在地商圈組織參考，以掌握在地發展現況，有利後續協助媒合適宜業者進駐，以促進商圈永續經營發展。

#### (二) 臺灣年味在臺北

以「好好過年-傳遞心時刻」為主題，透過與大稻埕出生的紙雕藝術家一成若涵合作，藉由對於九大特色商圈的詮釋，傳遞家人、戀人及夥伴間的祝福與思念。因應新冠肺炎疫情取消實體活動，並強化線上行銷活動，以電子文宣、活動宣傳網站、線上行銷活動等方式協助迪化商圈、中華路影音商圈及永康商圈等17處商圈、夜市店家進行宣傳；並於迪化商圈、後站商圈、新中華路影音商圈、北門相機商圈等12處商圈、組織區域掛設年節燈飾妝點，提升實體店家遊逛品質；輔導迪化街6家在地店家開發「大稻埕養生食譜2.0」系列商品，並協助超過60家迪化街在地店家媒合知名啤酒品牌海尼根及電商平台蝦皮等兩大業者跨業合作宣傳；透過知名主廚直播活動推廣大稻

埕年節禮盒，並與東森購物合作迪化街商圈年貨大街採買直播活動，媒體露出 331 則。

### (三) 商圈嘉年華

1. 於 110 年 9 月至 11 月與 14 處商圈合作，辦理 10 場次「商圈嘉年華小旅行」導覽體驗遊程，帶領民眾至後站、華陰街、貓空、沅陵街、重南書街、新中華路影音街、北門相機街、朝陽、大稻埕、寧夏夜市、晴光、新北投、天母、士林夜市等商圈進行深度體驗走訪，透過商圈職人帶領手作體驗及文史工作者導讀商圈歷史與特色，同時鼓勵參與者打卡分享體驗活動心得進行口碑行銷，讓民眾看見臺北商圈不同風貌。
2. 為邀請民眾深度體驗遊逛本市商圈，於 110 年 10 月 9 日至 11 日於台北 101 水舞廣場舉辦「商圈嘉年華-台北生活祭」活動，以「玩轉商圈一起購」為 slogan，並以「揪吃」、「揪玩」及「揪買」行銷本市城市美食、休閒觀光及文創百貨產業類別之商圈，並設置大型扭蛋機作為活動亮點；另透過拍攝行銷宣傳影片、Google 聯播網廣告、LINE 手機移動廣告、警廣廣播電台廣告及本處 FB 粉絲團廣告投放等多元媒體行銷宣傳管道進行宣傳，藉以帶動人潮、活絡商機。

### 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