

# 臺北市商業處施政報告

自 111 年 9 月 1 日起至 112 年 3 月 31 日止

資料截止日期：112 年 3 月 31 日

資料更新日期：112 年 4 月 1 日

專責人員：王渲虹 職稱：辦事員

電話：(02)27208889-6550

E-mail：kq0266@gov.taipei

## 重要施政成果

### 重要成果

#### 一、本市商業登記概況

迄 112 年 3 月底止，本市獨資、合夥商號登記家數計 60,574 家，公司登記家數計 175,324 家，總計家數為 235,898 家，較 111 年同期減少 0.41%。

#### 二、商業管理業務

(一) 111 年 9 月至 112 年 3 月止執行商業稽查共 1,544 家次，其中十大行業稽查 348 家次，一般商業查察 1,196 家次，分佔總稽查家次之 22.54% 及 77.46%。

(二) 111 年 9 月至 112 年 3 月止查獲違反商業法令規定計有 186 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。112 年截至 3 月底商業處計收繳罰鍰 31 件，罰鍰收繳金額新臺幣(以下同)464,000 元，金額收繳率 41.58%。

(三) 行政罰鍰收繳以前年度部分(93~111 年)：

商業處帳列應收未收罰鍰 2,119,796 元，112 年截至 3 月底收繳 368,835 元，另取得債權憑證 64,167 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 122 家、資訊休閒業 37 家、電子遊戲場業 9 家。

(2) 違規列管家數：八大行業 1 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 112 年 3 月底合法十大行業且已復業，應投保家數 145 家，投保率 100%。

#### 三、消費者保護業務

111 年 9 月 1 日至 112 年 3 月 31 日止共受理消費爭議申訴案件 2,758 件，其中商品類 1,511 件，服務類 1,247 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

111年9月至112年3月止辦理商品標示抽查件數共6,338件，不合格者1,081件（其中350件移外縣市），不合格率17.06%，其中包括配合經濟部辦理商品專案抽查共3,908件，不合格者606件，不合格率15.51%，另受理外縣市移送標示不合格案件計1,147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

為推廣本市餐飲產業，以品牌識別「美食在台北」辦理系列活動，推廣在地美食特色，於111年7月12日至8月31日辦理「美食在臺北-逗陣呷艋舺」活動，選出35家萬華餐飲及美食小吃店家，透過網路人氣票選與消費登錄發票活動，及2部KOL影片、25篇名人部落客文章等進行宣傳行銷，提升萬華美食能見度，提振萬華地區消費人潮與帶動餐飲店家營業商機。網路人氣票選活動截至7月31日，計有3萬2,418筆，消費登錄活動截至8月31日計有1,993筆；媒體露出計27則、KOL瀏覽數計19萬3,021次。

另為協助餐飲業者轉型升級，於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，透過結合9家便利支付、美食及外送平台業者提供消費者優惠，刺激消費，以公私協力方式共同推廣本市美食特色，帶動本市8,000家次餐飲店家約2億營業額，促進餐飲產業發展。

#### 六、「台北好時尚」動態秀

辦理「2022『台北好時尚』TOP時裝設計大賞」決賽暨動態秀，除新銳設計師組外，為往下紮根，讓優秀設計師能參與競賽產業串聯，更新增學生組，決賽暨動態秀於111年8月18日選出金獎得主賴名浩、學生組金獎劉育嘉，並舉辦2場媒合會，截至目前共計媒合44件；111年9月19日於大稻埕碼頭舉辦「時光旅行時尚跨界展演」，聚集歷屆新銳設計師回娘家，推廣十年來台北好時尚設計師培育成果，台北好時尚活動媒體露出共計96則。

#### 七、特色產業節慶推廣

於111年11月18日至112年1月3日辦理「繽紛耶誕玩台北」，串聯15大百貨體系及5大特色商圈辦理行銷活動，結合百貨業者打造70處燈飾造景，並於信義區空橋規劃燈飾妝點，活絡節慶氣氛。以創意導客活動透過電子集章兌換宣導品引民眾消費遊逛，整合各百貨商圈店家優惠資訊及整合業者推出超過60場相關展演聚客活動，創造精彩好玩的臺北耶誕氛圍；另串聯「2023臺灣燈會在

臺北」燈節活動，消費者滿意度及店家滿意度皆達8成以上，活動期間捷運市府站及台北101/世貿站每日平均增加至少1萬人次。

#### 八、特色產業再造

111年輔導24家本市特色店家，於11月5日舉辦「台北造起來市民同樂會」，集結輔導店家設置攤位，展演店家主力商品、服務與特色料理等；於11月12、19日舉辦4場次體驗團走訪計畫輔導店家，經輔導後，店家平均營業額成長1成以上。

112年持續輔導本市店家，於112年3月8日至5月10日開放甄選報名，預計選出24家輔導店家，透過專業顧問團隊提供品牌定位、品牌識別設計、產品包裝、空間設計等輔導；安排數位營銷培力系列課程，並舉辦系列行銷推廣活動。

#### 九、友善店家推廣

為形塑本市為首善之都，自105年起持續招募友善店家及推動友善店家識別ICON，111年新增月經友善項目，共計15個友善服務項目，並招募77家友善店家，截至111年底共累計714家友善店家及場館。於111年7月29日辦理活動宣傳記者會，111年7月29日至8月31日辦理「好康都有你」創意導客活動，並透過蔡阿嘎及嘎嫂二伯拍攝宣傳影片，截至111年底觀看次數逾90萬人次。另於111年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」、「萬華」、「加蚋」、「晴光」及「天母」等6處本市特色場域，推廣友善店家特色，店家及民眾滿意度達8成以上。

#### 十、西門節慶行銷推廣計畫

為打造西門節慶商圈特色，於111年12月3日至112年1月9日舉辦「2022西門PLAY樂購町」活動，以「爽爽貓」與「小勞撫」為主題，於西門商圈重要節點設置亮點裝置，並週週辦理展演活動如「FUN玩演唱會」、「IP拍照見面會」、「偶像見面會」、「KPOP創意舞蹈大賽」等，同時串連在地百家以上店家推出優惠活動，吸引民眾前來消費遊逛。活動期間捷運西門站出站人數平均每日提升9,300人次，媒體露出80則，店家滿意回饋達8成以上，消費者滿意回饋達9成以上。

#### 十一、北投商圈節慶行銷推廣計畫

為提振商圈商機發展，形塑本市北投商圈特色，於111年8月4日至9月4日期間以北投地名為延伸，辦理「北投女巫魔法節」，於七

星公園及北投公園等周邊場域推出為期 1 個月以上的節慶行銷活動，透過融入在地元素，設置 7 處以女巫主題的各項亮點裝置物及辦理系列主題行銷活動，串聯在地店家至少 100 間以上參與，並於每週例假日辦理展演活動，如不同主題派對活動、邀請知名藝人演唱及表演藝術團體輪番演出，突顯本市商圈特色活力，吸引消費人潮前來商圈消費遊逛，促進商圈繁榮。活動期間參與人次達 14 萬人次，業者營業額增加 20%。

## 十二、天母啤酒節

以天母多元文化、異國氣息為特色，111 年 7 月首度推出，活動期間結合在地 100 家以上特色店家、3 大百貨及啤酒業者參與，設置 5 處「酵母君」打卡亮點裝置物；主場活動邀請 60 家人氣店家參與，推出 6 款天母專屬特色款啤酒進行展售及知名藝人表演，2 日總計逾 12 萬人次參與，活動期間業者滿意度達 84%，消費者滿意度達 92%。

## 十三、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。111 年度補助 11 場活絡產業及 3 場獎勵表揚活動，補助金額共計 700 萬元。台北市佛具商業同業公會於 7 月 2 日舉辦「2022 台北神匠福虎工藝大賞」，現場提供木雕、彩繪、貼金、刺繡等 4 種工藝 DIY，同時展出精湛作品；社團法人台北市文創產業交流協會於 8 月 6 日、7 日、13 日及 14 日舉辦「第二屆台北文創節」，舉辦包含文創、胖卡、體驗及表演活動的「流浪方舟亮點市集」；另台北市牛肉麵交流發展協會於 8 月 9 日舉辦徵件記者會、9 月 17 日及 18 日舉辦「2022 台北市牛肉麵國際大賞」競賽，揭曉「鮮食組-紅燒、清燉、番茄」金牌、銀牌、銅牌及「調理包組」等獎項，並現場販售限量競賽牛肉麵，11 場產業活動，營業額提升 23%，行銷類活動總參與人次超過 34 萬人次、媒體露出 359 則；3 場獎勵表揚活動，共表揚 343 個店家、850 位從業人員。

112 年「臺北市促進產業活動及獎勵表揚補助計畫」業於 112 年 1 月 3 日公告，自 1 月 13 日起至 2 月 20 日止開放受理申請「臺北市促進產業活動及獎勵表揚補助」，另針對核定補助之產業，將透過籌組具「商圈及產業推動發展」、「專案企劃與執行」及「媒體公開行銷」等專業領域之專家學者，進行產業溝通陪伴、深入訪視，瞭解

產業面臨之發展課題及需求，於產業辦理補助活動事前規劃、事中執行成果、事後檢討等階段進行陪伴訪視，及時提供產業修正意見，以協助提升產業行銷推廣活動之品質。112 年度補助 12 場活絡產業及 3 場獎勵表揚活動，補助金額共計 700 萬元。

#### 十四、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) 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) 111 年「臺北市提振商圈發展補助計畫」補助 41 處商圈自主辦理商圈特色活動，補助金額共 2,100 萬元。另於 111 年 11 月 27 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。

(3) 112 年「臺北市提振商圈發展補助計畫」業於 112 年 1 月 3 日公告自 1 月 13 日起至 2 月 20 日止開放受理申請「臺北市提振商圈發展補助」，針對核定補助之商圈，透過籌組具「商圈及產業推動發展」、「專案企劃與執行」及「觀光休閒特色營造」等專業領域之專家學者，進行商圈溝通陪伴、深入訪視，瞭解商圈面臨之發展課題及需求，於商圈辦理補助活動事前規劃方向、事中執行成果、事後精進檢討等階段進行陪伴訪視，及時提供商圈修正意見，以協助提升商圈行銷推廣活動之品質。112 年補助 43 處商圈自主辦理商圈特色活動，補助金額共 2,200 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. 忠孝東區振興計畫

(1) 為促進東區商圈活絡發展，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」為主題推動忠孝東區振興計畫。111 年度持續推動 10 多項工作項目，協助商圈進行軟硬體設備改善；另 SOGO 後方停車場用地改造開放空間，規劃將整併綠廊帶，串連形塑友善人行

休憩空間，預計 112 年 7 月開工，於 113 年 2 月完工。

- (2) 為持續協助東區協會凝聚在地共識及健全組織經營，規劃暑假及 11 月東區周年慶活動期間，協助東區協會與在地業者及周邊店家合作辦理 2 場次東區之指標性大型特色活動，並舉辦 3 場次小旅行活動；另配合「2023 台灣燈會在台北」於東區商圈打造 10 家藝術入店及 5 座中型燈飾，邀請民眾走入東區，並創造商圈主題品牌活動。
- (3) 暑期「混東區潮 Fun 夏日趴」活動於 111 年 7 月 30 日至 31 日起跑，以夏日及音樂為主軸，邀請畢書盡、李佳薇、曾沛慈等知名藝人及表演團隊於大安路一段封街進行舞台演出，並募集 100 間在地商家參與市集攤位、闖關集章抽獎活動，邀請民眾走入東區消費，並認識商圈巷弄店家亮點，形塑商圈「輕時尚」特色氛圍，現場募集超過 5,000 人次參與，線上 8,161 人次觀看舞台直播，逾 2,500 人次參與本次集章活動。東區商圈小旅行活動業於 10 月 15 日、30 日及 11 月 19 日辦理，融入東區商圈特色，分為美食、時尚及藝術三大活動主題，共計 60 位民眾參與。東區週年慶期間「東區週年慶藝起購」活動於 111 年 11 月 11 日至 25 日辦理，邀請知名歌手及團體於瑠公公園進行舞台表演，並募集 150 間在地商家共同參與消費集章抽獎活動，逾 2,500 人次參與本次抽獎活動。
- (4) 另 112 年延續規劃於暑假及 11 月東區週年慶活動期間，協助東區協會與在地業者及周邊店家合作辦理 2 場次東區之指標性大型特色活動，並舉辦東區商圈小旅行活動；另於耶誕檔期至隔年元宵節期間，透過燈飾妝點或藝術入店等方式妝點東區街道巷弄，引導民眾前往東區商圈消費，提振商圈商機。

### 3. 士林、永康商圈輔導活化計畫

#### (1) 士林夜市商圈

A. 111 年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，吸引民眾打卡遊逛。此外更推出「士林饗樂購 愛戀安平街」系列活動，自 8 月 5 日起至 8 月 21 日每週五、六、日，至安平街活動服務處，出示妝點街區照片分享社群畫面，即可參加「憑食力脫單」活動，有機會兌換限量超值士林特色美食商品福袋，每日限量 180 份，總計發送 1,620 份，同時再加碼，活動期間分享妝點街區照片至本市商業處臉書「憑魅力

脫單」活動貼文，就有機會抽到大獎及商圈好禮。活動首日更邀請到「啦啦隊女神」孟潔蒞臨現場，帶領民眾一同遊逛安平街及士林夜市商圈，以共同宣傳行銷，吸引民眾前往商圈遊逛消費。

- B. 另與士林夜市商圈周邊學校合作(包含銘傳、東吳及文化大學)，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士林夜市商圈好禮兌換券，總計發送2,500份，以加強學生族群活動宣傳推廣。整體活動期間，業者及消費者滿意度達84%，進而提振商圈經濟，促進商圈永續發展。

## (2)永康商圈

- A. 於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元之電子商圈現金抵用券(每份為面額100元之抵用券5張)，共計360份，以及採購商圈活動合作店家商品之商圈大禮包，共計20份，以創意行銷方式導客至商圈。
- B. 另結合在地特色店家、手作體驗景點及人文歷史等資源，邀請民眾參與，規劃於111年9月17日及18日辦理2場次「趣永康找樂子 品味風格小旅行」深度體驗小旅行活動，帶領民眾深度體驗永康商圈特色。

## (二)臺灣年味在臺北

1. 2023「臺灣年味在臺北計畫」串聯迪化街商圈、後站商圈、華陰街北車商圈、臺北地下街、寧夏夜市商圈、滎濱商店街、艋舺夜市商圈、沅陵街商圈、四平陽光商圈等9處商圈，辦理商圈年貨大街整合行銷活動，結合農曆年節傳統慶典及本市青山王祭、文協百年等辦理系列主題活動；另為加強營造年節氛圍，於周邊商圈如城中、後站、華陰街北車等進行節慶妝點設置及串聯行銷，以打造更廣泛之年節體驗場域。
2. 透過街區妝點打造年節氛圍，加強在地連結呈現老街節慶風貌，吸引民眾拍照打卡遊逛；邀請在地居民、店家、學童及遊客計275人次共同彩繪燈籠，將永樂廣場妝點為「兔年繽紛共創燈區」，成為年貨大街拍照特色景點；從迪化街南京街口到北街歸綏街口5隻造型吸睛巨型福氣萌兔氣球裝置，結合線上打卡抽獎等活動引民眾拍照打卡；廣場上設置應景「開運紅包牆」，提

供包含「兔gether」發財金紅包袋等總獎值超過百萬元獎項，吸引 1 萬 5,974 人次參與抽獎活動，線上線下互導行銷台北年貨大街。

3. 為協助實體商圈開發多元銷售型態，與地方商圈組織共同合作，線上線下串聯行銷，攜手蝦皮購物設置為期約 23 日全臺最大線上年貨大街「台北年貨大街線上專區」，包含 59 家迪化街商圈店家在內共 108 家本市名店進駐，活動期間創造超過 3,000 萬元營業額，結合電商平台攜手協助台北年貨大街轉型，打造台北年貨大街品牌新形象。
4. 辦理 6 場實體活動（含 1 場啟動記者會及 5 場走街活動），總計吸引 21 則平面媒體、242 則電子媒體及 225 則網路媒體報導，於迪化街商圈創造約 16 億元的營業額及 141 萬人次的來客數，針對整體形象及系列活動規劃滿意度，業者達 9 成 3，消費者約 8 成 9。

### （三）商圈嘉年華

1. 為推廣本市特色商圈，透過舉辦主題會展活動，以大商圈帶動小商圈的方式，帶動各商圈發展，於 111 年 10 月 8 日至 10 日假圓山花博公園長廊廣場舉辦「商圈嘉年華-台北生活祭」活動，以「青春」為 slogan，設計特色語錄及特色商品，行銷本市商圈。招募 31 處商圈與 70 攤特色店家，並透過多元媒體行銷管道進行宣傳，導引民眾走入不同商圈體驗，提升商圈知名度及商機，促進商圈繁榮，活動 3 日吸引 7 萬 4,291 人次遊逛，並創造 4,269 萬元營業額。
2. 另於 111 年 9 月至 11 月與 11 處商圈合作，辦理 8 場次「商圈小旅拍」導覽體驗遊程，帶領民眾至沅陵街、重南書街、公館、後站、華陰街、朝陽、大稻埕、萬華、中華路影音、北門相機街、貓空及新北投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，指導民眾攝影技巧，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。

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