

臺北市政府觀光傳播局施政報告

資料截止日期：109 年 7 月 31 日

資料更新日期：109 年 8 月 28 日

專責人員：傅武嫦 職稱：專員 e-mail：qa-arthur@mail.taipei.gov.tw 電話：1999(外縣市：02-27208889)轉 7539

重要施政成果

壹、運用多元管道行銷市政與觀光

一、依不同行銷主題與對象，運用平面、戶外、電子媒體、市府 Line 官方帳號及我是台北人 FB 粉絲頁行銷市政與觀光。

二、編印中外文定期刊物、全市、區域觀光手冊摺頁(含電子全文供下載)，針對不同目標對象行銷本市豐富多元城市觀光意象，提供國內外遊客本市觀光旅遊資訊。《台北畫刊》持續注入多元觀點，並藉由本府自媒體及與其他網路媒體合作線上宣傳，提升《台北畫刊》線上點閱人數，拓展讀者群。

三、臺北廣播電臺

(一) 配合本府政策與節慶活動，製播市政、民生、藝文觀光美食、教育、社福等議題節目與宣導帶，加強與市民溝通。109 年 4 月至 7 月公益插播帶宣導共計播放 1 萬 1,384 次。109 年 4 月至 7 月因應武漢肺炎，配合國家通訊傳播委員會徵用頻道，共計播出疫情宣導帶 8,402 次。「公民總主筆」節目專訪共計 88 則。

(二) 推廣新住民教育文化

為關懷新住民 109 年與中央廣播電臺合作製播「台印即時通」及「越聽越開心」節目，109 年 4 月至 7 月共製播 34 集。同時，為幫助我國兒童認識新住民父母原屬國的文化，讓小朋友自信成長，FM 93.1 製播「夢想共和國」節目，109 年 4 月至 7 月共製播 17 集。

(三) 配合市府打造雙語城市政策，自 109 年起，每週五晚上 6 時「公民總主筆」節目由市政顧問方恩格(Ross Feingold)主持全英語內容，並與常春藤有聲出版有限公司合作，週一至週五晚上 9 時 30 分製播「臺北常春藤英語」節目，打造多元英語學習環境，共製播 106 集。

(四) 友善環境：109 年 7 月 31 日臺慶活動啟用無障礙升降平台，創造友善空間，提供臺北市民優質且迅速的人文、市政、休閒訊息管道。

貳、用網路行銷提供即時訊息

(一) 進行網站營運、管理及推廣，舉辦多元網路活動，結合社群行銷，將臺北觀光旅遊訊息推廣至全世界。截至 7 月 31 日止「臺北旅遊網」網頁瀏覽量達 1,465 萬次、瀏覽人次達 375 萬次；社群平台「臺北旅遊

網」臉書粉絲人數超過 39 萬人。

(二) 持續更新「現在玩台北」App，提供旅客豐富資訊，截至 7 月 31 日止使用次數達 193 萬次。

參、辦理重大政策專案行銷

一、雙層觀光巴士搭乘之觀光客係以菲律賓、韓國、日本、美國、中港澳等國家為主，提供有中、英、日、韓、泰等 5 種語版語音導覽系統。主要停靠站點為臺北車站、西門町、101 國際購物中心、故宮博物院等。1 月起新增延平一站、圓環鈕扣街站、圓環南京站、捷運中山站及國立故宮博物院、北門等站點；自 106 年啟航以來，至 109 年 7 月底，共吸引超過 36 萬 2,550 人搭乘。

二、城市吉祥物經營：

(一) 持續維運熊讚 FB 粉絲專頁，熊讚粉絲數迄今已累積超過 16 萬 4,000 人次，每週平均貼文約 4-5 篇，以高頻率貼文及留言互動率提升粉絲黏著度。

(二) 為建立臺北市吉祥物熊讚 Bravo 品牌利基，以品牌化角度經營，於市府 1 樓規劃熊讚辦公室暨品牌展售中心，於 8 月 19 日正式對外開幕營運，藉由角色場域空間之型塑及互動設計，營造熊讚品牌性格、親和力及定位，並透過角色授權、主題行銷及熊讚紀念品販售等推廣熊讚品牌形象，吸引民眾造訪。

(三) 熊讚 109 年 1 月至 7 月共計出席 38 場公益及城市行銷活動、7 場拍片活動，包括黑熊來了電影包場活動、年貨大街發送紅包、搖元宵、陽明山花季開幕、熊讚遇見稜登山系列活動、臺北親水節、夏季旅展等活動。

肆、舉辦城市觀光系列活動

一、2020 臺北河岸童樂會：於 109 年 8 月 14 日至 23 日舉辦 9 天，「2020 臺北河岸童樂會」為使親子參加活動更便利，調整至公館捷運站旁設施完善、環境優美的臺北自來水園區舉行，活動內容延續熊讚主題，規劃多項親水遊樂設施，並首次推出秘境之旅，讓小朋友在暑假結束前渡過愉快的夏日時光。活動計吸引 3 萬 7,307 人次參與。

二、2020 大稻埕情人節：

(一) 為全臺灣最具代表性的七夕情人節慶活動，原訂 109 年 8 月 22 日於大稻埕碼頭周邊舉辦，邀請情歌天后萬芳、艾怡良、吳汶芳及音樂團體等演唱經典歌曲，並以 8 分鐘煙火秀為活動亮點，現場還有愛情文創市集、胖卡市集及有趣的體驗活動，後因受巴威颱風影響，延至 8

月 29 日辦理。此外，前期活動結合在地商圈及產業，自 7 月 15 日起推出「約會地圖」專屬優惠及滿額贈品，並與旅行社合作打造限定遊程，邀請民眾走進街區，創造活動產值。8 月 15 日辦理「小情歌音樂會」，結合文創手作及在地特色攤位，成功為主活動暖身。

(二) 另為推廣夜間觀光，更推出「大稻埕情人節—夜來越美麗」活動，自 8 月 23 日起至 9 月 20 日，每晚於大稻埕永樂廣場辦理燈飾布置，讓民眾白天夜晚都能感受大稻埕的浪漫與藝文氣息，吸引更多觀光人潮來此旅遊，帶動大稻埕地區產業發展。

伍、推廣豐富多元的臺北觀光

一、觀光活動補助：為鼓勵民間單位於臺北市辦理觀光活動，活絡觀光產業，提升臺北觀光效益，吸引旅客體驗在地特色，核定補助 14 件觀光活動，如「城南有意思」、「13 個房間創作藝術節」、「萬華老城咖啡香」、「大稻埕國際藝術節」、「大稻埕秋穫季」及「鬧熱關渡節」、「臺北溫泉季」、「臺北城中曬書節」等，吸引眾多旅客參與及活絡地方產業，帶動觀光產業周邊效益。

二、辦理 2020 臺北後疫情時代觀光旅遊轉型論壇：

(一) 有鑑於全球疫情嚴峻，嚴重衝擊本市觀光相關產業，臺北市積極透過多元行銷模式與管道，協助各產業與企業在後疫情時代創造新能量。同時配合市府整體規劃，於 109 年 8 月 11 日於臺北文華東方酒店舉辦「2020 臺北後疫情時代觀光旅遊轉型」論壇。

(二) 論壇以「國旅市場創新」、「海外市場行銷」、「旅宿業轉型」為 3 大主題，邀請高雄餐旅大學劉喜臨教授擔任主持人、易遊網陳甫彥董事長、風尚旅行總經理/台灣觀光策略發展協會游智維創會理事長、晶華國際酒店潘思亮董事長擔任主講人進行專題演講。

(三) 現場超過 250 位參與，同時搭配線上直播平台，開放有興趣的民眾直接線上觀賞，累計至 8 月 21 日直播觀看人次計 8.7 萬。

三、參加國內旅展：

(一) 109 年 7 月 17 日至 20 日參與於世貿一館辦理之 2020 台北國際夏季旅展，邀請知名品牌業者宏祥旅行社、Saibaba Ethnique、赤峰貓舌菓、紅玉滿赤心雞蛋糕、瓷禧茶坊、合集良飲、臺北雙層觀光巴士、臺北城市紀念品、北北基好玩卡、北投溫泉協會、台北市旅行商業同業公會等參與推廣城市觀光，並於臺北館造勢活動邀請市長與藝人五熊與現場民眾互動，總參觀人次計 25.2 萬人。

(二) 109年8月28日至31日參與於世貿一館辦理之2020 TTE台北國際觀光博覽會，以「老派正潮」為策展主題，結合新舊混搭的老房子文創新意、臺北秘境與遊程等，宣傳本市觀光。

四、MICE(會展及獎旅)補助與宣傳：

(一) 辦理會議大使交流會：於109年2月24日辦理會議大使交流會，聽取業界對於MICE產業及因應疫情相關措施之建議。

(二) 會展網站專家交流會：於109年3月5日舉行，邀集國內專業會議籌組公司(PCO)、專業展覽籌組公司(PEO)業者代表、台北市會展產業發展基金會共同討論expo Taipei 官網版面配置及建議。

(三) 國際顧問視訊諮詢會議：於109年4月29日辦理MICE國際顧問諮詢視訊會議，聽取國際顧問Mr. Bert對本市因應疫情、會展產業復甦等建議。

(四) 發行《Taipei MICE》電子報：自109年5月份起，每月固定發送中英文版電子報予PCO、PEO、公協會、旅行社及一般企業公司等潛力買主，介紹本市會展場地、特色景點及遊程等資訊。

(五) 會展領袖會議：於109年7月3日召開會展業者領袖會議，共計24位會展領袖共襄盛舉，並邀請亞洲活動量及用戶最多的平台—Accupass創辦人暨執行長謝耀輝進行分享，從業界角度出發，全面思考及討論後疫情會展產業的創新與轉型。意見交流時業者關心何時解封，並呼籲中央政府在做好安心安全防疫的前提下盡早開放邊境。

(六) 會展體驗之旅：於109年7月31日舉辦「發現臺北之美」MICE產業體驗之旅，共計20位業者參與，安排參訪松山文創園區、台北文創大樓、台北流行音樂中心、台灣精品館及南港展覽館2館，讓業者熟悉本市會展場地，並舉辦業者交流工作坊，與業者共同激盪本市特色旅程建議。

(七) 贊助會展活動：

(1) 109年MICE贊助案：受理109年國際會議、展覽暨獎勵旅遊補助申請，分別於108年11月及109年5月召開審查會議，總計協助118件，國際會議65件、展覽41件、獎勵旅遊6件、國際會議爭取2件及專案補助申請4件。另行政協助計4件(截至109年7月23日)，如「2020年臺灣國際十人制橄欖球邀請賽」、「2021年印馬千人獎旅團」、「2021國際扶輪世界年會」、「2021世界新聞媒體年會」等。

(2) 提出因應疫情方案：於 109 年 2 月 18 日召開武漢肺炎疫情影響業者討論會議，聽取業界對於 MICE 產業及因應疫情相關措施之建議，針對本市 109 年 MICE 補贊助案延期/人數減少等情形，提出「因應嚴重特殊傳染性肺炎疫情相關應變方案」內容如下：1.放寬補(贊)助核銷規定：降低主題性餐會實際外籍與會人數比例。2.加碼補(贊)助金額或項目。3.提供業者所需因應武漢肺炎疫情之會展相關 FAQ。

(3) 修正 MICE 作業要點：為因應後疫情振興增編 110 年度預算，並鼓勵大型國際會議、展覽及獎勵旅遊至臺北市舉辦，將贊助金額由原新臺幣壹佰萬元提高為貳佰萬元；以及為因應電子化作業流程，將檢附之計畫書 12 份減少至 3 份，並於 7 月 1 日生效。

五、台北探索館與梅庭營運：台北探索館除持續辦理展館及發現劇場設備定期維護以提升互動展示品質之外，同時規劃辦理行銷活動及特展，以吸引民眾重遊，提升參觀人次，惟受武漢肺炎疫情影響，109 年 1 月至 7 月累計參觀 5 萬 2,849 人次，相較去年同期 12 萬 372 人次減少約 5 成 6。梅庭亦持續結合北投在地藝文資源推出展演活動，吸引遊客重遊，109 年 1 月至 7 月累計參觀 13 萬 8,687 人次，受疫情影響，相較去年同期 30 萬 7,481 人次減少近 5 成 5。

(一) 台北探索館：109 年「黃阿瑪相遇 1920 臺北市」特展，自 8 月 6 日開展，預計展出至 12 月 31 日，以「臺北市設市百年」為主軸，結合網路社群擁有 500 萬粉絲的臺灣原創知名圖像品牌「黃阿瑪的後宮生活」，知名 IP 化身為不同角色，帶領民眾參觀 1920 年代的學校教室、衛生室、洋服店、寫真館、咖啡店等，現場也透過老照片與復刻書籍，讓民眾認識當年臺北市民的生活日常。

(二) 梅庭：109 年首度試辦「書法體驗」活動，每月第 3 個星期六下午，邀請書法老師現場教學，體驗活動自 109 年 2 月份開始辦理，每月 1 場，每場平均參與人數為 120 人，另 7 月份與在地市集連結，7 月 18 日邀請特色店家於梅庭設攤，當日同時於午後時光舉行夏季音樂會，參與人數共計約 300 人。本局將持續規劃梅庭特展、特展行銷活動及在地市集、音樂會等活動吸引旅客。

六、推動長青樂活銀髮觀光

(一) 為持續鼓勵本市銀髮長者走向戶外、增進其身心健康，本局「長青樂活遊臺北」活動，109 年循例規劃 880 車，活動預計辦理至 12 月 11 日，受武漢肺炎疫情影響，6 月下旬疫情稍緩之際才開始接受報名，

統計截至 7 月 31 日，已報名 523 車，報名率近 6 成，且持續接受報名中。活動主要內容為遊覽本市近 60 處景點（上、下午自由配或套裝遊程），並增加新北市知名老街，持續 108 年長者一致好評的 DIY 手做體驗，讓長者出遊參訪的同時，還能動動雙手，增添行程的趣味性；午餐則由經衛福部 HACCP 評鑑認證之餐飲業者，準備適合長者口味之餐飲，並配合本府政策全面使用環保餐具，遵循防疫新生活相關指引。

- (二) 為加強讓長者知曉自身福利，於午餐現場向長者介紹「臺北與我好好慢老」臺北市獨有之銀髮福利，並透過活潑的有獎徵答，幫助長者迅速瞭解自身權益；109 年更首次開發貼心活動紀念品，凡參加活動的長者，每人皆可獲得一份實用的貼心小禮物，讓旅程滿載而歸。

陸、提供旅客安全旅宿環境

- (一) 協助旅館業申請設立：：109 年度截至 7 月底止新設一般旅館 16 家，7 月統計：一般觀光旅館 19 家、一般旅館 607 家，國際觀光旅館 26 家，總計 652 家，客房總數為 4 萬 2,612 間。
- (二) 積極取締日租套房：1 至 7 月日租套房共裁處 65 件，計裁罰 727 萬元。依發展觀光條例規定及本府觀傳局「處理非法經營觀光旅館業、旅館業或民宿行政執行作業要點」，加強日租套房查察及處分，並持續與國際訂房平台進行「停售曾裁處之非法旅宿」協議，三大 OTA（Agoda、Booking.com、Expedia）以下架或鎖房無法預訂等方式停止銷售，同時積極輔導業者合法經營。
- (三) 輔導業者取得溫泉標章：截至 7 月底，本市已有 51 家取得溫泉標章，約佔全市 57 家營業中業者的 89.4%，其中於新北投溫泉區 38 家、行義路溫泉區 9 家、中山樓溫泉區 1 家、馬槽溫泉區 1 家，另有 2 家市區業者，並積極籌備中山樓溫泉區取供事業，以協助當地業者盡速取得溫泉標章。

柒、營造便利易遊觀光環境

- (一) 觀光導引設施建置：截至 109 年 7 月底，本市已設立 485 處中、英雙語標示的觀光景點行人指標、190 座多語版觀光導覽地圖牌，並於臺北車站地下層商店街、捷運及臺鐵共設置 40 面地貼，提供觀光客清晰易懂的導引。
- (二) 本市 11 處旅遊服務中心營運管理：截至 7 月 31 日止本市旅遊服務中心服務計 64 萬 7,313 人次，其中旅遊諮詢計 18 萬 6,993 次；另文宣發放量計 46 萬 8,104 份，另配合本府大型活動設置行動旅服站共 2 個檔次（服務人次共 4,960 人次，諮詢人次共 1,096 人次）。

捌、辦理新聞行政業務維護市民權益

本市於 106 年完成有線電視數位化，為落實數位化，107 年規定各業者須將 67 個最常收視中至少 40 個提升為高畫質，108 年規定各業者基本頻道至 108 年 11 月底須全面以高畫質播出，並提供 4 種頻道組合供訂戶選擇。109 年起全面實施分組付費，各業者分別提供 A、B、C 等 3 種頻道組合。