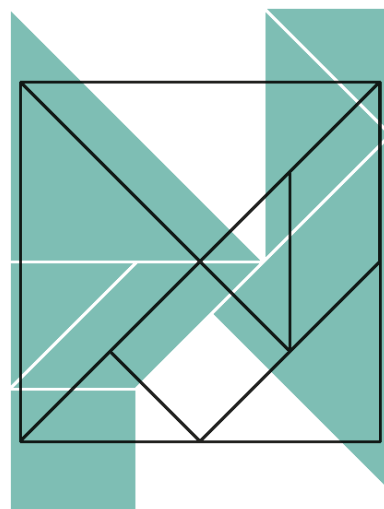


新常態_ 新臺北

NEW NORMAL • NEW TAIPEI



臺北市後疫情時代 產業數位轉型政策行動方案

臺北市政府 2021

目錄

臺北市後疫情時代產業數位轉型行動方案	10
一、數位基礎建設.....	10
1.1 台北通	10
1.1.1 卡證服務整合	10
1.1.2 市政訊息整合	11
1.1.3 優惠一手掌握	11
1.2 5G 建設.....	12
1.2.1 5G 智慧桿基礎建設.....	13
1.2.2 開放 5G 試驗場域.....	14
1.2.3 打造城市開放創新實驗室	16
1.3 大數據中心.....	19
1.3.1 推動開放資料增進施政透明	19
1.3.2 大數據應用服務	21
1.4 Taipei Free 熱點焦點覆蓋	23
1.4.1 提供安全的數位服務環境 (重點地區之 WIFI 佈點及資安)	23
二、數位人才培育.....	27
2.1 企業數位應用人才培育	27
2.1.1 培育商圈店家數位轉型人才	27
2.1.2 培育企業數位應用人才	27
2.1.3 公私協力引進中央與民間能量，提供不同類型課程符合企 業經濟轉型需求	28
2.2 劇場管理人才培育	29
2.2.1 劇場人才職能發展計畫	29
2.3 電競產業人才培育	30
2.3.1 電競產業教練、裁判及管理人力培訓；辦理特定族群電競 體驗活動，擴大產業參與性	30

三、產業轉型輔導.....	32
3.1 在地商家轉型智慧零售.....	32
3.1.1 結合商圈組織或社團，協助中小型商家提升電子商務能力.....	32
3.1.2 透過商圈戰情平台，蒐集商圈基礎資料，進行數據分析作為政策推動之依據.....	33
3.2 跨境電商與線上拓銷.....	33
3.2.1 推動線上經貿拓銷團，媒合國內企業國際買家.....	33
3.2.2 推動企業運用跨境電商.....	34
3.3 智慧交通.....	35
3.3.1 推動路外停車場汽機車 3A 智慧服務.....	35
3.3.2 充電格位即時資訊查詢.....	35
3.3.3 共享運具之公私協力合作，輔導共享運具，降低私有運具的持有.....	36
3.3.4 車廂擁擠度及時告知功能.....	37
3.4 深度旅遊.....	37
3.4.1 異業整合，提供商機.....	38
3.4.2 輔導標章.....	38
3.4.3 旅行社業者送客臺北獎勵機制試辦計畫.....	40
3.4.4 應用數位科技發掘目標客群需求.....	40
3.5 文化新商機.....	41
3.5.1 成立劇場協作平台.....	41
3.5.2 培育藝文產業全方位 IP 產業鏈虛實整合實驗模式.....	42
3.5.3 街頭藝人及演藝團體的服務數位化.....	42
3.6 新興勞工權益.....	43
3.6.1 針對「居家辦公」之工作型態之業者，先辦理「勞條健檢師」輔導作為，嗣後進行陪同鑑定專案勞動檢查，確保勞工權益.....	43

3.6.2	建置線上勞動法令學習資源，並定期更新資訊	44
3.6.3	修訂「臺北市外送平台業者管理自治條例」，強化外送員及 外送平台業者之責任義務與職業安全、交通安全及食品衛 生安全保障	44
3.6.4	增設限停 15 分鐘路邊機車格位	45
四、	宅經濟發展	32
4.1	線上娛樂	46
4.1.1	大型藝文活動結合/運用數位科技體驗	46
4.1.2	將運動賽事運用數位科技進行轉播或設計互動模式	46
4.1.3	大型觀光活動及本市觀光旅遊景點，結合運用數位科技體 驗	46
4.1.4	提供優質便利之數位閱讀服務（校園、圖書館、市府大樓 及區民活動中心）	47
4.2	線上學習/智慧校園	48
4.2.1	公私協力，鼓勵充實學程內容	49
4.2.2	推廣跨校網路選修	49
4.2.3	打造虛實整合的親師生學習平台（智慧校園）	50
4.2.4	降低學習數位落差	52
4.2.5	推動 BYOD 方案	54
4.3	健康產業	54
4.3.1	扶植健康產業社區化，建置老人樂活社區	54
4.3.2	提供專業運動產業資訊服務，深耕特定族群服務	57
4.3.3	編制運動產業衛星帳及投入產出系統，做為決策基礎資訊	58
五、	零接觸服務	58
5.1	智慧支付/公有場域無現金支付	58
5.1.1	公共費用線上支付	58
5.1.2	校園：所有費用支付行為均透過悠遊付 /卡支應	60

5.1.3 大眾運輸/停車場	61
5.1.4 地下街、公有市場及夜市：建置電子交易友善環境	62
5.2 線上市政/里辦數位基礎建設	63
5.2.1 打造服務型智慧政府	63
5.2.2 里辦數位基礎建設	68
5.3 場館管理智能化	69
5.3.1 智能化實聯（名）制	69
5.3.2 市級藝文場館再定位與資源調控計畫	72
5.4 通訊診療	73
5.4.1 結合居家診療，發展通訊診療	73
5.4.2 建構社區整合式健康照護網絡	74
附錄 臺北市後疫情時代產業數位轉型政策行動方案總表	75

圖表目錄

圖 1 台北通完整服務架構	11
圖 2 台北通服務 4 大面向	12
圖 3 內湖智慧園區 AI 智慧路燈試辦	14
圖 4 5G 專網應用開放場域	16
圖 5 臺北市資料大平臺畫面	20
圖 6 開放資料平台示意圖	21
圖 7 大數據之應用分析方式	22
圖 8 疫情實名制儀表板	23
圖 9 各行政區無線網路使用狀況統計分析	24
圖 10 無線網路使用狀況總覽	24
圖 11 社區體適能數位化發展現況-1	56
圖 12 社區體適能數位化發展現況-2	56
圖 13 持續擴大智慧支付服務應用場域	60
圖 14 臺北市智慧化政府總體架構	63
圖 15 市民服務大平台功能及特色說明	64
圖 16 臺北市區塊鏈抽籤 (i-Drawing)	65
圖 17 政府資料整合平台架構示意及預期效果	66
圖 18 MyDoc 系統架構圖	67
圖 19 里辦公室試辦情形	69
圖 20 里辦數位基礎建設試辦	69
圖 21 小巨蛋實聯 (名) 制入場	70

表 1 各領域小組之核心願景、推動目標及現階段具體需求表..... 17

臺北市後疫情時代產業數位轉型行動方案

本行動方案共推動 60 項執行策略，共分五大政策主軸：數位基礎建設（共 8 項執行策略）、產業轉型輔導（22 項）、數位人才培育（9 項）、宅經濟發展（9 項）、零接觸服務（12 項），詳細推動重點如下：

一、數位基礎建設

1.1 台北通

為讓臺北市民享有更便利、迅速的市政服務體驗，參考愛沙尼亞及新加坡等城市案例，結合一站式服務理念，推出以市民為核心、單一識別帶動服務生態的台北通（TaipeiPASS）APP，讓民眾可從行動載具便利地使用服務。台北通以 KYC（Know Your Citizen）為趨動服務的鑰匙，將 APP 服務客製化，讓市政服務化被動為主動；同時達到單一服務端口（Service Portal）的便民性，使市府各局處所提供之線上服務可以更有系統性的被整合。

1.1.1 卡證服務整合

以往民眾使用市政服務，常因各個局處之分工，致各個系統有不同的會員機制，要記多組帳號密碼，而各單位間的會員資料不同步，也將造成市府在服務整合上的障礙，不便民也不便官，故在台北通的計畫裡，整合本府各機關卡證及線上會員服務，發展臺北市市政服務會員中心，提供台北通會員線上（Online）及離線（Offline）之使用者認證及授權服務，並推動卡證虛擬化，民眾可以利用 APP 為服務入口取得各項市政服務，而市府所開發的各種便民服務網站系統，也都可以用台北通單一登入使用，個人資料亦無須重覆登打，民眾不再因個人資料之異動，需各別到每個服務去更新。

目前台北通已整合本府各機關線上線下服務，線上包含單一陳情、臺北 e 大...等服務，線下則整合各機關之卡證服務，如敬老卡、愛心卡...等，並整合本府智慧支付平台，提供更為貼近民眾生活之服務，另將規劃結合商業優惠及點數交換，以提升民眾台北通使用黏著度及市政服務滿意度。

- 執行單位：資訊局

- 預算及關鍵績效指標：110 年預算 1,000 萬元，KPI (1) 台北通服務整合達成率：實際整合服務數/新增整合 10 項服務*100%，目標值 50%；KPI (2) 公共費用介接項目數，目標值 6；111 年預算 1,000 萬元，KPI (1) 目標值 100%，KPI (2) 目標值 10。

1.1.2 市政訊息整合

台北通整合貼近市民生活之個人化市政服務，並主動通知市民以取得所需服務，讓市民生活與本府更加貼近。疫情期間，更可利用此管道提醒市民防疫措施及資訊，讓市民與政府之溝通更為密切。

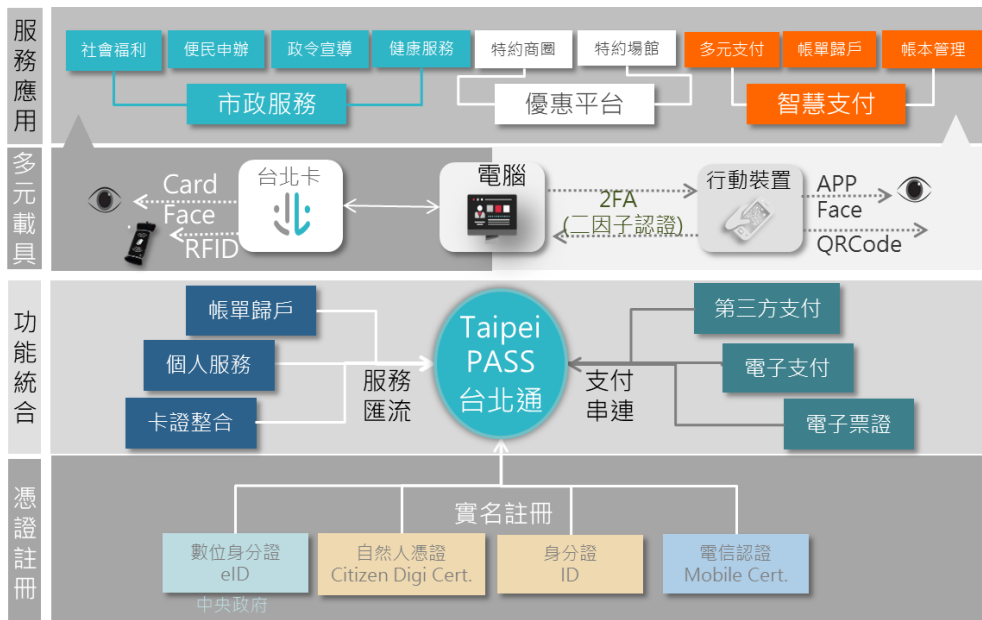


圖 1 台北通完整服務架構

- 執行單位：資訊局
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算 300 萬元，KPI 為府內活動公告申請於台北通發佈案數完成率 100%；111 年預算 300 萬元，KPI 目標值 100%。

1.1.3 優惠一手掌握

在積極發展市政服務整合的同時，市府亦思考將台北通與民眾的食衣住行育樂連結，讓台北通更接地氣，打造一個黏著度高的 APP。因此在 109 年 9 月台北通上線後，同時搭配讓各類商家，包含餐飲、購物、住宿等，以優惠券的方式上架在台北通上，創造生活上的小確幸；同時公有場館如動物園、文化場館等公共設施，亦可持台北通享有優惠的票價；未來更將結合市府各局處的相關資源，以台北通作為行銷優惠的管道，讓民眾可以快速取得資訊並使用。

卡證(KYC)

實名驗證機制，提供身分識別、虛實卡證整合服務，隨時使用市政服務及各項北市商家優惠。

帳本

提供會員6個月內之帳單統計（包含：水費、停車費、交通罰鍰及稅費），並可以繳納停車費、水費等。



服務

提供會員單一登入功能，直接應用台北通已整合之相關市政服務（如：Hello Taipei）。

優惠

超過600家的北市商家優惠，提供台北通會員食、衣、住、行等各項消費優惠。

圖 2 台北通服務 4 大面向

- 執行單位：資訊局
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算 450 萬元，KPI 為優惠商家及場館數，目標值 500 個；111 年預算 450 萬元，KPI 目標值 550 個。

打造

1.2 5G 建設

因應 5G 科技趨勢興起，行政院於 108 年 5 月 10 日核定「台灣 5G 行動計畫」（108 年至 111 年），全力發展 5G 電信增值服務及垂直應用服務。臺北市亦積極推動 5G 相關發展，主要包括兩部分：5G 智慧桿基礎建設及開放 5G 試驗場域。

1.2.1 5G 智慧桿基礎建設

由於 5G 通訊使用頻段較高，穿透力與涵蓋範圍與 4G 相比較小，因此在 5G 網路基礎建設中，除了大型基地台建設之外，亦會進一步透過密集布建之小型基地台來補足訊號傳輸需求。隨著國內 5G 通訊實際建設進展，臺北市政府分別於 108 年 8 月、109 年 12 月召開「智慧城市基礎建設 5G 智慧桿應用研討會」等相關研商會議，與中央國家通訊傳播委員會 (NCC)、經濟部標準檢驗局，以及電信業者、網路通訊業者、資訊系統整合業者等利害關係人，共同探討產業在未來擴大佈建微型基地台 (small cell) 的需求，並研商 5G 智慧桿之標準建立。5G 智慧桿是數位科技發展的重要基礎建設，不僅是節能省電的智慧照明，並在智慧桿上搭載各種感測設備 (如 PM2.5 空污監測、溫溼度、人流密度偵測等)，結合 5G 微型基地台、無人機充電站、公告面板、充電樁及邊緣運算伺服器等設備，提供多種便民服務功能。除提升 5G 網路訊號覆蓋率，更是城市發展智慧物聯網最重要的基磐，惟相關設備需在中央法令規範及標準下進行推動。臺北市基礎設施完善，資通訊產業發達，將提供業者進行 5G 智慧桿驗證場域，加速推動 5G 基礎建設。

另國內產業界已於 110 年 2 月成立「5G 智慧桿技術標準推動聯盟」，建立政府部門與產業溝通討論的平台，目標係為彙整產業的共識，形成產業標準，進一步建立國家標準與國際共通標準。北市府積極參與此溝通平台，並協助標準形成過程中所需之驗證場域溝通協商，與中央、產業共同推動示範場域。

臺北市已於 108 年與電信業者合作「內湖智慧園區 AI 智慧路燈」試辦案，於路燈桿體加裝感測器、控制器、通訊模組等讓設備具備通訊能力並且連網收發指令，在 NB-IoT 技術下能達到智慧照明和即時監控的目的，在系統化的控管下省電節能，提高管理效率。未來在 5G 技術的支援下，路燈設施和增值服務的數據能更即時的回傳雲端進行分析，再加以活用到智慧路網、城市管理、資訊共享等不同的面向，實現智慧城市萬物聯網的核心精神。

- 執行單位：資訊局、交通局、工務局公園路燈工程管理處

- 預算及關鍵績效指標：110 年預算無，由試辦廠商負擔經費，111 年視試辦成效編列預算。



圖 3 內湖智慧園區 AI 智慧路燈試辦

1.2.2 開放 5G 試驗場域

臺北市自 108 年起透過公私協力推動各種 5G 試辦計畫，例如內湖智慧園區試辦案、行動智慧公車信義計畫區示範、北市府 2020 跨年 5G 場域應用、台北流行音樂中心 5G 多視角轉播等，未來將加速 5G 佈建，擴大應用於市政各種場域，並協助產業驗證解決方案，建立健全的生態系、鼓勵活耀的創新能量。

除了 5G 商用網路外，行政院亦規劃 5G 專網發展相關政策，目前行政院指配 4.8-4.9GHz 頻段之 100MHz 頻寬為 5G 專網頻譜，提供各界申請進行場域實驗，並於民國 110-111 年間（2-3 年內）擇期開放執照申請。臺北市政府將以醫療專網（以聯合醫院為場域，為提升醫護工作效率與服務品質之應用）、行政專網（以公有行政大樓為場域，為提升民眾行政與市政服務效率之應用）、城

市網格(以行的便利與安全為目標，廣泛應用於道路安全、智慧號誌、資訊管理等)三類專網應用為主題，透過開放場域媒合的方式，與各大電信業者以及有志於發展專網的業者合作展開試辦計畫，逐步實踐透過 5G 通訊技術創造高可靠度、高客製化的網路環境，並提供在地性智慧城市服務之目標。

以醫療專網為例，本府資訊局、衛生局、聯合醫院與電信業者合作推動「5G 專網智慧醫療實驗場域計畫」，於聯合醫院場域建立 5G 專網，並透過消毒運送機器人運行垂直場域應用，協助隔離病房的消毒及物資運送作業，以降低傳染風險及減輕醫護負擔。本計畫亦為全台首創採用 SA 架構的 5G 專網結合消毒機器人之運作模式，為臺灣智慧醫療開創新局。

在城市網格之應用，臺北市信義路公車專用道自駕巴士創新實驗計畫結合 5G 專網串連自駕與網路，沿線總計升級 25 座 5G 基站，導入 5G CV2X 技術，讓車內及路口號誌影像傳輸更清晰快速，增進自駕車運行安全性。

另因應後疫情期間減少接觸性活動而鼓勵多使用網路，並提供快速網路查詢或資訊交易的需求服務，於臺北車站交六公車候車亭裝設 5G 設備，提供候車旅客體驗 5G 網速之 3 年服務；111 年將視 110 年辦理狀況於臺北車站周邊候車亭擴大建置。

- 執行單位：資訊局、臺北市立聯合醫院、交通局、公運處
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算無，由試辦廠商負擔經費，KPI 為每年 5G 場域試辦計畫數，目標值 3 個；111 年視試辦成效編列預算，KPI 目標值 5 個。



醫療專網

以聯合醫院為場域，為提升醫護工作效率與服務品質之應用。
初盤實證場域 - 仁愛、中興、陽明、忠孝、和平婦幼



行政專網

以公有行政大樓為場域，為提升民眾行政與市政服務效率之應用。
初盤實證場域 - 市府大樓



城市網格

以行的便利及安全為目標，廣泛應用於道路安全、智慧號誌、資訊管理等。
初盤實證場域 - 堤頂大道和瑞光路

圖 4 5G 專網應用開放場域

1.2.3 打造城市開放創新實驗室

(1) 打造城市開放創新實驗室

智慧城市係本府優先施政計畫，為因應智慧科技演進及城市發展需求之變化，成立臺北智慧城市專案辦公室（以下簡稱 TPMO），以「開放政府」、「全民參與」、「公私協力」為核心願景精神，發展城市「生活實驗室（Living Lab）」的生態，國際先進城市如芬蘭赫爾辛基、丹麥哥本哈根、荷蘭阿姆斯特丹或西班牙巴塞隆納等城市皆循此模式，公私合力，透過「智慧城市 1+7 領域」，以 PoC 試辦計畫，將城市打造為開放創新之實驗室。一方面協助產業驗證解決方案、使其更為成熟，有助建立健全的生態系、鼓勵活躍的創新能量；另一方面透過試辦案，避免直接應用創新科技所衍生之風險，實證專案所帶來之經驗亦能做為後續施政參考。

「智慧城市 1+7 領域」係以「智慧政府」為主體，推動「智慧安防」、「智慧建築」、「智慧交通」、「智慧教育」、「智慧健康」、「智慧環境」與「智慧經濟」七大項目，各領域分別建立推動小組協助推動臺北市智慧城市的發展。

表 1 各領域小組之核心願景、推動目標及現階段具體需求表

領域小組	核心願景	推動目標	現階段具體需求
智慧政府	打造市民共享的智慧城市	推動電子政務、厚植基礎建設、策進數位治理、邁向智慧城市	<ol style="list-style-type: none"> 1. 智慧虛擬營運中心 2. 文化場域智慧化 3. 場館聯合票務系統
智慧安防	城市治安聯防	治安維穩、交通安暢、災害防救	<ol style="list-style-type: none"> 1. CCTV 的 AI 智慧影像辨識應用 2. 淹水辨識告警 3. 災害防救訊息即時通報
智慧建築	優質居住生活環境、落實居住正義	智慧社宅建設、智慧社宅維運	<ol style="list-style-type: none"> 1. 智慧工地建築管理 2. 社會住宅各項智慧服務應用
智慧交通	降低環境衝擊、提高運輸效率	便捷人本交通、安全移動環境、永續低碳運輸	<ol style="list-style-type: none"> 1. 公車資訊自動偵測 2. 多發生事故路段的預警顯示 3. CCTV 結合 AI 影像辨識
智慧教育	前瞻教育、教育平權	智慧學生、智慧教學環境、智慧平台、智慧教師	<ol style="list-style-type: none"> 1. 校園智慧安防應用 2. AIoT 校園管理系統 3. 混合實境(MR)課程教學應用 4. 河濱智慧化監視系統
智慧健康	照顧市民健康、守護弱勢關懷	智慧健康、智慧照護、智慧醫療	<ol style="list-style-type: none"> 1. 智慧語音客服 2. 智慧化偵測即時示緊照護服務 3. 急重症照護整合
智慧環境	營造永續環境、確保健康安全、健全都市發展	智慧永續環境、智慧衛生環境、智慧基礎建設	<ol style="list-style-type: none"> 1. 強降雨預警 2. AIoT 坡地災防早警 3. 自動化防水閘門
智慧經濟	營造便捷商業環境	智慧零售、智慧支付	<ol style="list-style-type: none"> 1. 商業場域智慧偵測 2. 商情追蹤預測 3. 智慧店家科技導入輔導

臺北市智慧城市推動小組以「形塑臺北市智慧城市未來規劃藍圖」、「促成智慧城市政策有效落地」以及「推動臺北市大數據中樞整合計畫」為目標。各領域推動小組將透過定期召開之工作小組會議，依循此三大目標推動智慧城市的發展，並邀請產學研專家出席，提供專業建議，期以導入市民有感之智慧化服務，同時幫助產業於臺北市場域進行創新驗證，加速智慧服務與應用之實踐，使市民、產業及政府互利共贏。

- 執行單位：資訊局
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算 355 萬元，KPI 為智慧城市創新應用每年完成實證數，目標值 10；111 年預算 355 萬元，KPI 目標值 10。

(2) 推動智慧城市便民服務落地

智慧市場域試辦計畫之專案經過實際建置並完成驗證後，會進入 OA (Opportunity Assessment, 機會評估) 機制，臺北市政府將召集計畫相關利害關係人，包含內外部領域專家，針對專案成效及未來發展方向進行討論，由政策可行性、技術合適性、法規適應性、社會影響性等項目進行評估，並提出後續政策推動方向。110 年度已具初步成果並將進入 OA 機制之專案包括：智慧城市垃圾回收整合系統 (iTrash) 試辦計畫、多媒體資訊站 (Kiosk) 試辦計畫，其試辦成效若通過商業模式驗證，且符合臺北市政府政策推動方向及需求，將可透過 PPP (Public-Private Partnership, 公私協力) 協作模式，由民間團隊以具永續性之商業模式建置與營運，市府則提供行政協處及訂定回饋機制。

甲、智慧城市垃圾回收整合系統 (iTrash)

24 小時服務的智慧垃圾回收整合系統，結合悠遊卡等智慧支付功能，將垃圾與回收物採秤重計費，民眾可依個人所需投入垃圾或回收，不需配合垃圾車清運時間，減少等待或避免追逐垃圾車的狀況發生。iTrash 結合 IoT 物聯網與雲端服務管理應用，可將即時資訊傳達給清潔運送人員，系統化管理可降低營運成本並提高執行效率，內建冷藏壓縮技術與監控功能，並設置桶量警訊通知，整合電子票證與行動支付工具，讓城市垃圾的處理變得更加聰明與健康。

iTrash 設備包含智慧垃圾、智慧廚餘及智慧瓶罐收集機，民眾只要提著垃圾（不需使用專用垃圾袋）及悠遊卡即可輕鬆體驗，iTrash 的一般垃圾及廚餘收費係以重量計價，而瓶罐回收則可累計每次回收數量並回饋加值到悠遊卡中。

乙、多媒體資訊站 (Kiosk)

Kiosk 可應用於不同場域，場域類型包含捷運站周遭、市場商圈等交通、觀光節點等人潮聚集區域，可提供免費 Wi-Fi、數位播放面板推廣市政與觀光資訊，以及行動電源租借等加值服務，以建構智慧化、一站式的便民公共設施，而其托播商業廣告或行動電源租借之收入亦能成為維運此公共服務之經費來源，期望透過政府與業者共同合作，加強臺北市觀光與市政推廣，亦提供市民及旅客更友善的網路環境及友善服務體驗。

1.3 大數據中心

1.3.1 推動開放資料增進施政透明

為推動本府資料開放，增進政府施政透明，設置「臺北市資料大平臺」(data.taipei)，提供各機關及民眾使用本府各機關政府開放資料單一窗口，民眾可隨時利用開放資料，進行研究、分析，用以開發應用程式或行動 APP 服務等進行加值應用，讓資料可以得到充分的發揮，促進社會發展。

本府資料開放截至 109 年 9 月底，已有共計 89 個機關提供逾 1,000 項開放資料集，總累積使用量超過 19 億次，且為持續開放民眾所需之高價值資料，本府於臺北市資料大平臺提供民眾建議之管道，並藉由標準化行政程序，將民眾意見提交相關機關進行開放評估，同時亦會借重府外專家學者意見，加速本府開放資料進程。

為提升開放資料品質，本府將制定開放資料管理規範，不僅要求機關定時參考其他政府機關資料開放情形並進行檢討之外，同時也會要求機關開放資料時須符合開放資料標準規格，以確保開放資料符合品質規範，同時並搭配教育訓練加強同仁對於開放資料需符合機讀格式等相關概念，針對民眾要求之建議開放資料評估開放可行性，藉以豐富本府開放資料項目。另提供各機關在接獲民眾建議開放資料相關問題時，

建議之回復格式，避免機關回覆不合適之內容。

另為強化本府資料的整合，未來規劃不僅單就開放資料，更將會收入其他類型資料，如圖資、文件、影音等類型資料，讓民眾均可透過「臺北市資料大平臺」單一入口就可查找到本府各單位資料，無需到各單位網站查詢，提高民眾取的政府資訊的便利性，同時提高施政透明度。

- 執行單位：資訊局
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算 400 萬元，KPI 為開放資料集使用數量，目標值 5 億 5,000 萬次；111 年預算 400 萬元，KPI 目標值 5 億 8,000 萬次。



圖 5 臺北市資料大平臺畫面

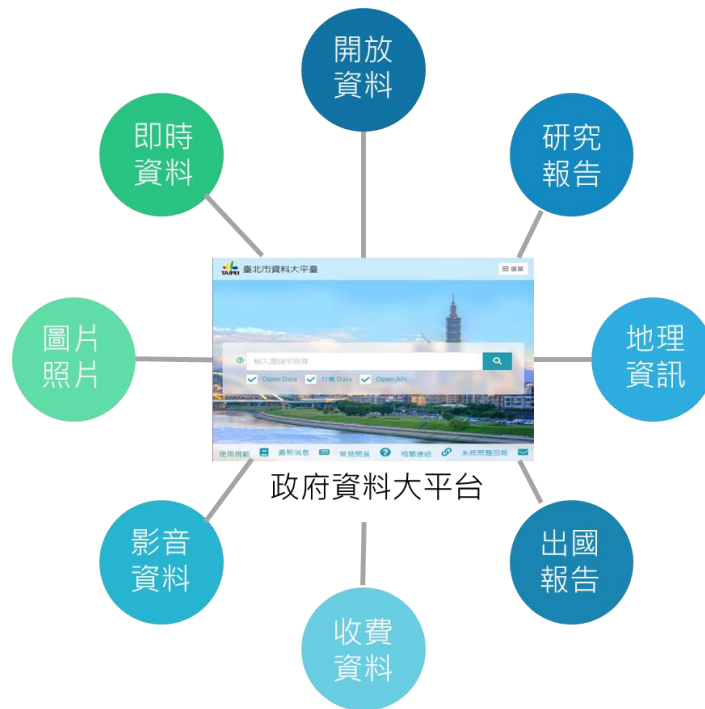


圖 6 開放資料平台示意圖

1.3.2 大數據應用服務

透過資訊技術協助機關利用數據進行城市問題管理，設置決策輔助模式及問題監控機制，打造臺北市為資料驅動之城市，以大數據整合分析提昇市政決策品質。

臺北大數據中心於 109 年 7 月 31 日由資訊局成立任務編組，核心任務為收整完善的城市資訊，藉由府級的視野規劃綜合性的跨域資料情境，透過即時資料視覺化儀表板呈現，以掌握城市各項度的發展情形；並針對市政業務創新需求與評估，透過數據深度分析作為評估檢討或提出新的洞見，藉此輔助施政優化。資料應用分析方式如下：

- (1) 建立市政儀表板：透過資料匯入、資料清洗、資料交換整合、視覺化工具、報表工具及分析工具等技術，協助各機關以視覺化洞察關鍵問題，利用互動儀表板，進行多維度交叉分析，呈現各項綜觀數據，提供府級作為決策之參考。
- (2) 應用情境深度分析：陸續導入各項案例，如陳情案件類別趨勢、交通違

停、空氣品質等數據分析應用，以策略地圖作為藍圖，建置完整的施政指標、藉由不同圖表功能進行視覺化呈現，以利掌握最新施政狀況。

疫情期間，資訊局提供府級長官、緊急應變小組即時的疫情資訊整合儀表板，整合了包含新冠肺炎確診、隔離、篩檢資料、居家檢疫、防疫旅館、中央健保署的藥局口罩庫存量、口罩販賣機銷售量、實名制 APP 各場館進場人數、振興三倍券綁定狀況及防疫相關議題聲量等。主要呈現內容應強調跨局處的全局性、並以地理空間資訊的方式呈現，讓府級長官即時獲得必要的疫情資訊及各行政區的相關狀況，綜合掌握疫情現況與趨勢，統一調度防疫資源。

- 執行單位：資訊局
- 預算及關鍵績效指標:110 年預算 600 萬元，KPI 為每年大數據分析專案個數，目標值 3 個；111 年預算 200 萬元，KPI 目標值 4 個。

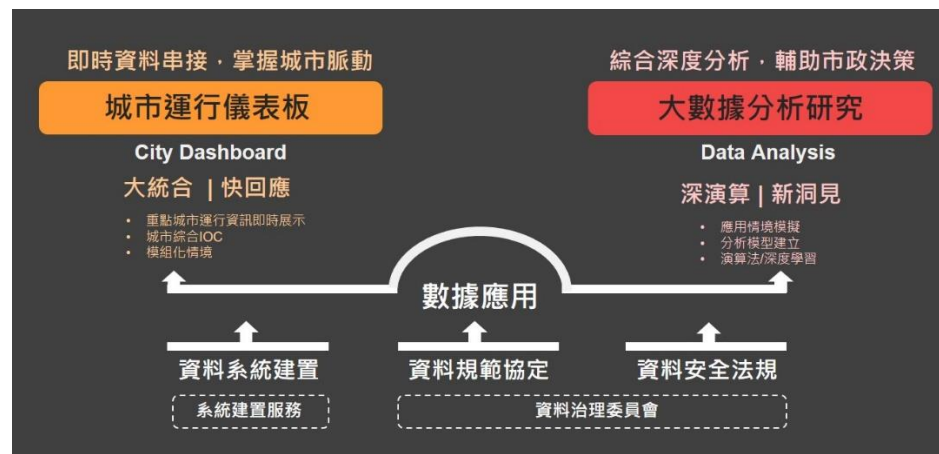


圖 7 大數據之應用分析方式

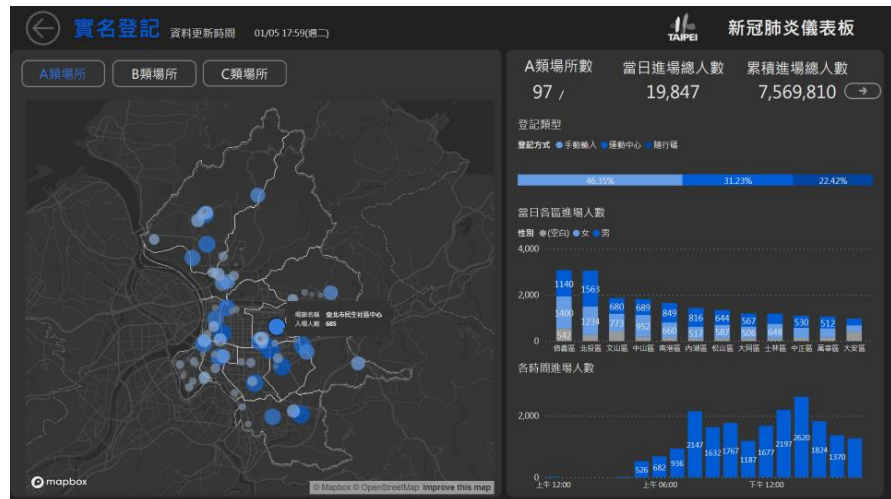


圖 8 疫情實名制儀表板

1.4 Taipei Free 熱點焦點覆蓋

1.4.1 提供安全的數位服務環境 (重點地區之 WIFI 佈點及資安)

於為民服務公有場域、公共運輸場域及其他依場域主管機關需求，進行公務熱點之整併及優化，將臺北市免費無線網路 Taipei Free 資源做最佳化配置，從「量的成長」轉為「質的提升」，定期檢討熱點實際使用情形，將資源投入使用需求高之場域，並提升網路設備規格及寬頻，提供使用者穩定的網路訊號品質。

依「臺北市政府公共無線上網服務管理要點」建置熱點於本府所轄場館空間，且熱點設置場域可提供 24 小時電力供應及附掛設備之處；並定期檢討熱點使用效益，使用效益不佳之熱點做移轉、撤除或為其他適當之處理，週期性滾動調整服務熱點位置，熱點無線網路訊號服務範圍以熱點設置處半徑 20 公尺為訊號覆蓋範圍，熱點非行動網路移動訊號可邊走邊用，故積極宣導「靠近熱點、定點使用」。

熱點場域主管機關協助宣導使用 Taipei Free 市民免費無線上網便民服務，提供 24 小時免費客服專線，即時協助民眾排除相關問題，以提升使用率及滿意度。另因應防疫需求及增進市民與觀光客使用服務便利性，於 109 年 4 月 1 日起正式啟用 Taipei Free 免帳號密碼登入模式，簡化上網步驟。

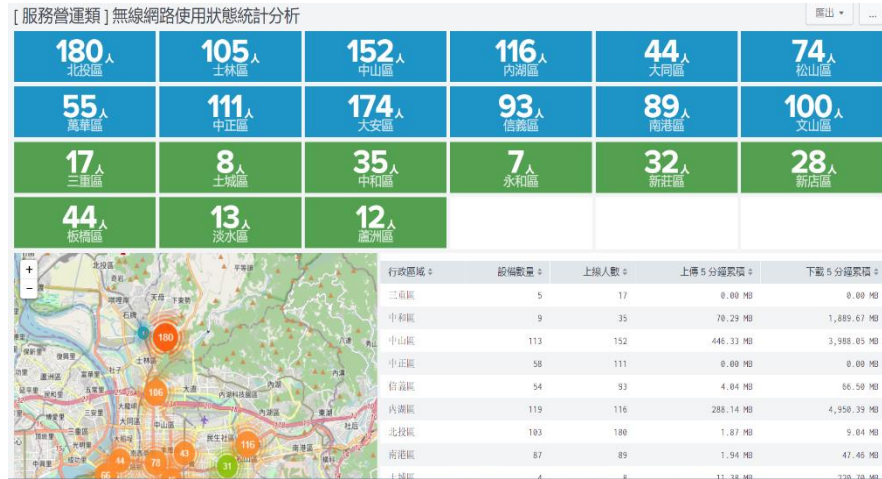
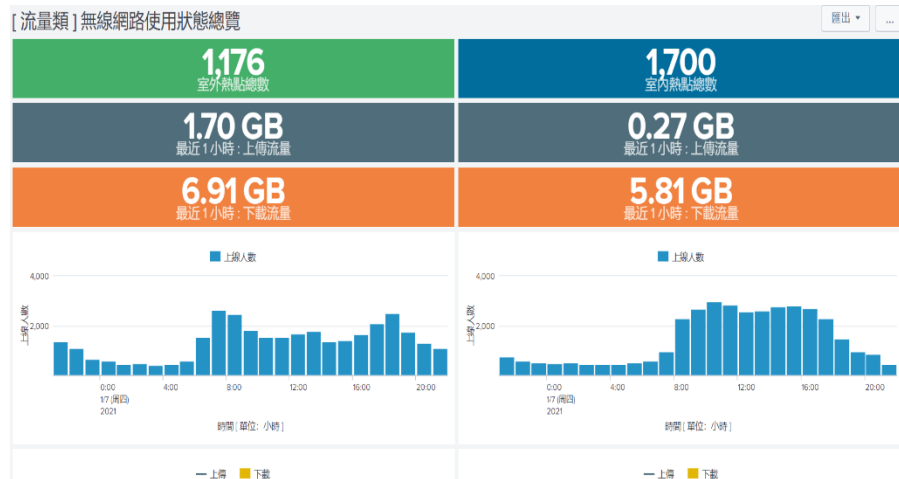


圖 9 各行政區無線網路使用狀況統計分析



現於以下場域進行 Taipei Free 熱點焦點覆蓋，Taipei Free 建設原則如下：

於為民服務公有場域進行 Taipei Free 熱點焦點覆蓋：

建設現況	未來建設原則
<ul style="list-style-type: none"> • 市政大樓全面覆蓋。 • 各行政區中心依需求建置於服務臺（櫃臺）、民眾洽公等候區域等。 • 聯合醫院依需求建置於服務臺（櫃臺）、民眾候診區、民眾用餐區域等。 • 本市圖書館總館、各分館暨民眾閱覽室依需求建置於服務臺（櫃臺）、自修室 	<ul style="list-style-type: none"> • 市政大樓全面覆蓋。 • 各行政區中心於服務臺（櫃臺）、民眾洽公等候區域等增建目前尚無之點位。 • 聯合醫院於服務臺（櫃臺）、民眾候診區、民眾用餐區域等增建目前尚無之點位。 • 本市圖書館總館、各分館暨民眾閱覽室

等。 • 各行政區健康服務中心依需求建置於服務臺(櫃臺)、民眾候診洽公等候區域等。	建置於服務臺(櫃臺)、自修室等增建目前尚無之點位。 • 各行政區健康服務中心建置於服務臺(櫃臺)、民眾候診洽公等候區域等增建目前尚無之點位。 • 本市旅遊服務中心服務臺(櫃臺)。
--	---

- 執行單位：資訊局
- 預算及關鍵績效指標：110年預算 3,261 萬元，KPI 為 (已佈署場域/總場域數) x100%，目標值 80%；111年預算 3,261 萬元，KPI 目標值 100%。

(1) 於公共運輸場域進行 Taipei Free 熱點焦點覆蓋：

建設現況	未來建設原則
<ul style="list-style-type: none"> • 智慧候車亭每站建置。 • 捷運站每站詢問處建置。 	<ul style="list-style-type: none"> • 依公運處增建智慧候車亭情況增建目前尚無之點位。 • 依捷運公司增建捷運站情況增建目前尚無之點位。

- 執行單位：資訊局、公運處、捷運公司
- 預算及關鍵績效指標：110年預算 2,400 萬元 (捷運公司支應 437 萬元，資訊局支應 1,963 萬元)，KPI 為 (已佈署場域/總場域數) x100%，目標值 100%；111年預算 2,460 萬元 (捷運公司支應 497 萬元，資訊局支應 1,963 萬元)，KPI 目標值 100%。

(2) 其他場域，依場域主管機關需求進行焦點覆蓋：

建設現況	未來建設原則
<ul style="list-style-type: none"> • 各行政區防災公園依消防局需求建置於公廁、表演舞臺等。 • 藝文場館依機關需求建置於入口處、售票處、服務臺(櫃臺)、民眾候留區等。 • 各行政區運動中心依機關需求建置於大 	<ul style="list-style-type: none"> • 各行政區防災公園於公廁、表演舞臺等增建目前尚無之點位。 • 藝文場館於入口處、售票亭、服務臺(櫃臺)增建目前尚無之點位。 • 各行政區運動中心於大廳、服務臺(櫃

<p>廳、服務臺（櫃臺）等。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 捷運地下街：東區地下街廣場、詢問處；中山地下街詢問處。 • 市場處轄管地下街：站前地下街、龍山寺地下街已設置。 • 區民活動中心依機關需求建置於門口或舞臺等。 • 公有市場依自治組織需求建置。 • 各行政機關依機關需求建置於會議室 	<p>臺）等增建目前尚無之點位。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 捷運地下街：各地下街廣場、詢問處增建目前尚無之點位。 • 市場處轄管地下街皆完成設置。 • 區民活動中心門口或舞臺增建目前尚無之點位。 • 公有市場於電子支付交易需求熱點等點位建置。 • 本市社會住宅 1 樓大廳位置。 • 各行政機關會議室。 • 里里有光纖 - 里辦公室。
--	--

- 執行單位：資訊局、民政局、市場處、捷運公司、各場域主管機關
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算 2,400 萬元（捷運公司支應 437 萬元，資訊局支應 1,963 萬元），KPI 為（已佈署場域/總場域數）x100%，目標值 100%；111 年預算 2,460 萬元（捷運公司支應 497 萬元，資訊局支應 1,963 萬元），KPI 目標值 100%。

二、數位人才培育

2.1 企業數位應用人才培育

2.1.1 培育商圈店家數位轉型人才

藉由教育訓練培訓商家認識產業新趨勢，進而提升 E 化應用意願，強化創新意識及轉型能量，以增進商圈經營優勢與競爭力，期許本市中小企業結合自身經驗與數位工具，創造出順應趨勢的商業模式。

- 執行單位：商業處
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算由「臺北市商圈盤點輔導暨 E 化應用」委託專業執行服務案編列 8 萬元支應，KPI 為至少辦理 3 場次講座或提升經營能力課程，參與培訓或取得證照人次總計至少 100 人次。111 年預算由「臺北市商圈盤點輔導暨 E 化應用」委託專業執行服務案編列 8 萬元支應，KPI 為至少辦理 3 場次講座或提升經營能力課程，參與培訓或取得證照人次總計至少 100 人次。112 年預算由「臺北市商圈盤點輔導暨 E 化應用」委託專業執行服務案編列 8 萬元支應，KPI 為至少辦理 3 場次講座或提升經營能力課程，參與培訓或取得證照人次總計至少 100 人次。

2.1.2 培育企業數位應用人才

規劃與臺北市商家、中小企業合作，辦理相關課程協助廠商學習並善用數位工具與網路平台拓展業務，及與本市大專院校合作辦理「產業人才接軌課程」，輔導準畢業生考取國際認證與證照，並辦理產業人才媒合會，媒合通過考照之學員就業或實習，以加速帶動本市中小企業數位轉型。

- 執行單位：產業發展局
- 預算及關鍵績效指標：110、111 與 112 年預算由「臺北市中小企業知識學苑系列課程」委託專業執行服務案編列 454 萬元支應。KPI 為每年至少辦理 7 梯次數位培育課程，總參與人次至少 240 人次，其中至少協助 80 位學員取得數位程式設計國際認證或證照。

2.1.3 公私協力引進中央與民間能量，提供不同類型課程符合企業經濟轉型需求

為強化產學鏈結交流，教育局近年來積極推動各類產學合作專案計畫，與企業及公會合作成立自動化技術中心、節能技術教學中心、電動車技術教學中心、汽車修護教學專業教室、智慧家電技術教學中心等 5 間技術教學中心，自 107 年迄今已獲企業捐贈合計價值約新臺幣 4,400 萬元之教學設施設備及獎學金。

為推動十二年國教新課綱，提供學生更多學習資源，臺北市高中職與國內頂尖大學進行策略聯盟，開設大學教授入校的微課程。微課程是利用下午三節課的彈性學習時間，配合教授與學生作息時間，將 18 節課的課程教學，調整為成每次 3 節課為期 6 周共 18 節的「微課程」授課模式。

課程涵蓋各面向，高中課程有交通大學的智慧科技與創意實作課程，讓學生了解感應元件的使用與人工智慧。臺師大的機電整合技術課程，讓學生可以製作機械手臂，動手實作整合運用能力。高職的課程則有智慧家庭電器、智慧型自駕車等先進產業科技介紹。本市於 109 年共開設提供 59 門高中課程 9 門高職課程，約共有 2 千名學生參與課程。

量子電腦科技為近年最熱門的新興科技，本市率先全國與鴻海教育基金會、國立臺灣大學及中原大學合作推動量子電腦教育，109 年暑假期間，辦理學生營隊「從零開始學 AI」2 梯次及「AI 與量子電腦學生營隊」1 梯次，合計 97 名學生參與；110 年寒假規劃持續辦理「AI 與量子電腦學生營隊」1 梯次，開放高一至高三學生報名。109 年 10 月至 12 月辦理量子電腦系列教師研習，邀請臺灣大學-IBM 量子電腦中心、中原大學等專業講師，為本市首批量子電腦種子教師，共計 22 位高中數學、物理及科技老師講課，使本市成為全國首度規劃量子電腦課程的縣市，未來雙方也將共同製編高中職量子電腦教材，以逐步將量子電腦議題納入本市高中職課程。

在 AI 人工智慧人才培育方面，110 年將與成功大學合作，於寒假辦理教師研習 8 日營，培養教師 Python 圖像與文字巨量資論處理、分析與應用，AI 深度學習、自然語言、類神經網路模組建置，與 AI 教學內容、教材規劃及學習評量設計知能。同時，規劃成立成功大學 AI 教學中心，未來集結成功大學數據資料分析技術、專家學者與校友產業資源，促進本市 AI 等新興科技教育發展。

在虛擬實境、擴增實境等 ARVR 技術應用上，本市教師與 TXI「台以投資合作中心」共同合作，研發各學層各學科皆可使用之 AR、VR 教材，藉由虛實整合的數位學習環境，幫助學生將抽象複雜概念以視覺、聽覺及觸覺的方式，在虛擬環境中進行沉浸式體驗並克服校園內學習情境限制，達成事半功倍的學習效果。

2.2 劇場管理人才培育

2.2.1 劇場人才職能發展計畫

因應後疫情劇場轉型與科技劇場的技術發展趨勢，對於科技導入劇場管理、演出技術、公共服務等與劇場專業職能培養與認證制度建置勢在必行，故將支持協助臺北藝術中心成為劇場專業人力職能開發、訓練與認證基地，配合全球劇場技術發展趨勢與本地劇場技術設備的教育訓練需求，持續開辦劇場人才分級專業訓練課程，以技術層面協助創新型態節目研發實驗，強化新創作技能，整合人才，系統建立劇場專業人才資料庫。

(1) 職能開發與教育訓練部分，配合開館期規劃朝兩階段進行：(i) 教育訓練課程規劃階段，包括完成種籽教師培訓、確定師資評量標準與逐步建置公版教育訓練教材；(ii) 劇場人員教育訓練課程執行階段：規劃劇場音響、燈光、舞臺、舞臺監督課程等系列課程，並建置受訓人員資料庫。前兩階段完成後，再視開館後實際人力發展情形，持續規劃與執行各級別專業人力職能訓練。

(2) 專業人才資料庫與認證管理的部分，則應配合教育訓練執行成果，建立並管理經臺北藝術中心職能訓練完訓之各級（依勞動部勞動力發展署規範計分為 1 至 6 級，北藝中心以主要預計納入未來人才庫對象者為各類劇場專業人員 3 至 5 級人員）劇場專業人才資料庫，並建立認證管理規範，以確保進館專業人力的素質與職責承擔能力。

- 執行單位：文化局（藝術發展科）、臺北表演藝術中心
- 預算及關鍵績效指標：

(1) 職能開發與教育訓練部分，110 年既有預算「補助財團法人台北市文化

基金會辦理臺北表演藝術中心經營管理與藝術推廣」項下 30 萬元進行種子教師培訓，KPI 為每年培訓種子教師 10 人；111 年編列既有預算「補助行政法人臺北表演藝術中心辦理臺北表演藝術中心營運管理（經常門）」項下 100 萬元進行劇場人才職能訓練，各年預算為原預算，KPI 為每年培訓劇場技術人員各 20 人。

(2) 專業人才庫建立與職能認證管理部分，預計配合職能訓練結果，KPI 以中心營運經費建立專業人才資料庫一式，並配合制定管理規範；在認證機制 KPI 部分，應以指派中心專人自辦，或與專業/學術機構產學合作方式，進行認證機制研訂，完成制度建制及規範一式，另形成與資料庫管理整合之認證管理作為。

2.3 電競產業人才培育

2.3.1 電競產業教練、裁判及管理人力培訓；辦理特定族群電競體驗活動，擴大產業參與性

2.3.1.1 辦理多元電競體驗推廣活動

未主動接觸民眾讓更多元族群看見電子競技，推廣有關電競產業正面形象，除了藉由多元活動辦理讓不同族群都能體驗電競之外。同時向基層扎根，如臺北 J 戰隊 109 於全國高中職及大專校院舉辦電競列車講座活動，讓青少年對於電子競技有正確的認知，未來可鼓勵相關活動的舉辦，讓北市青少年對於自身的職涯發展規劃能夠更清楚。

● 執行方式：

(1) 辦理社區電競活動

選出北市內3個電競示範里與電競硬體廠商配合舉辦電競體驗活動或於活動中心設置電競體驗設備。親子的電競體驗以互動式體感遊戲為主；樂齡向的電競體驗以體感遊戲或棋藝類遊戲為主。如舉辦效果良好，可以進行里對抗活動，強化「競技」與「參與」元素。

(2) 辦理特殊族群電競活動

參考橫溪恩主公護理之家曾舉辦的日常活動「多媒體互動遊戲」。鼓勵臺北市區、里舉辦以簡單互動類遊戲或虛擬實境 (VR) 為主之體驗活動，透過多媒體互動遊戲促進銀髮族參與、提供家庭同樂及外籍移工聚會互動。體驗活動可配合對應族群相關體育用品販售，提升運動風氣。

(3) 於國中及高中職舉辦電競巡迴講座

與臺北市內電競戰隊合辦巡迴講座，至臺北市內國中及高中職與青少年對談。安排國中及高中職學生至職業戰隊和電競產業相關企業進行參訪。鼓勵電競場所與臺北市內職業電競戰隊舉辦青少年電競體驗活動、轉播體驗活動。

● 預算及關鍵績效指標：

- (1) 現有預算110年200萬、新增預算111年300萬元。
- (2) 於111年至112年各選出3個電競示範里，每年舉辦至少3次電競體驗活動或於活動中心設置電競體驗設備。
- (3) 111年至112年各舉辦至少三場樂齡電競體驗活動、親子電競體驗活動或移工電競體驗活動。
- (4) 111年至112年各舉辦至少5場電競巡迴講座、至少2場電競企業參訪活動。
- (5) 111至112年各舉辦1場青少年電競體驗活動和轉播教學課程。

2.3.1.2 深化電競產業人才培訓

電子競技丙級教練、裁判於近兩年內已舉辦五場 (有關績效請詳閱下表)，明年將會舉辦首次的電競乙級裁判、教練講習及辦理電競產業人才培訓班，臺北市政府可以以合作的角色加入，共同推動電子競技專業的認證。目前本市已協助辦理有關丙級裁判及教練講習，其中已完成辦理細節如下：

辦理年度	教練講習		裁判講習	
	場數	通過 (人數)	場數	通過 (人數)
108年度	2	92	2	90
109年度	1	30	3	149

由此可期未來可舉行更高層級之裁判教練之講習，以更完整電競賽事人力資源，朝向專業化邁進。

此外有關電競產業人才培訓部分，未來規劃建構堅強人才庫，預計辦理電競人才培訓專業課程，講授電競產業的範疇和專業技能，從賽事執行單位的角度切入，可以實際體驗導播機、音控台、攝影機等專業設備，讓學員們了解職業選手、教練後勤完整產業鏈運作生態，其以打造臺北市電競產業強大後盾。

- 執行方式：

- (1) 選定臺北市內場地，與中華民國電子競技運動協會、電競戰隊或大專校院合辦電子競技乙級教練、裁判講習課程。
- (2) 結合目前臺北市大專校院現有場地及師資辦理電競產業職訓班，包括賽事企劃培訓課程、賽事轉播培訓課程、影音製作培訓課程等。

- 預算及關鍵績效指標：

- (1) 現有預算110年補助10萬元、新增預算111年補助10萬元。
- (2) 預計110年、111年、112年各協辦一場電子競技乙級教練、裁判講習；111至112年辦理涵蓋賽務、新媒體人才培訓課程。培訓課程實務實習亦將配合臺北市所主辦之電競賽事(如臺北盃、城市盃等)辦理。培訓人次110年至111年累計200人次、112年累計至少200人次。

三、產業轉型輔導

3.1 在地商家轉型智慧零售

3.1.1 結合商圈組織或社團，協助中小型商家提升電子商務能力

為因應網路新零售時代，增加本市商圈及店家多元行銷管道，促進其運用 E 化科技與實體銷售並進，依商圈特色屬性進行科技運用導入或研發創新行銷模式，與商圈組織共同促進商圈發展，並輔導本市店家發展全通路銷售策略，依店家實際需求及其經營類型，媒合適宜網路平台、協助數位行銷推廣、優化線上或線下販售管道，以整合線上線下資源，提供消費者虛實整合的消費體驗。

- 執行單位：商業處
- 預算及關鍵績效指標：110、111、112 年預算由「臺北市商圈盤點輔導暨 E 化

應用」委託專業執行服務案編列 160 萬元支應，KPI 為每年選定 2 處商圈進行數位科技導入及輔導至少 6 家店家進行虛實整合行銷。

3.1.2 透過商圈戰情平台，蒐集商圈基礎資料，進行數據分析作為政策推動之依據

為引領臺北商圈 E 化應用，邁向多元化的永續發展，商業處進行兩階段作業。第一階段為基礎資料盤點調查和線上商圈店家分析，首先擷取中央和地方跨局處產經資料，界定商圈街廓範圍，後轉換產經資料為 59 處商業密集區之經濟地理資料，定期自動化蒐集彙整商圈產經資訊，建立視覺化圖表，進而形成商圈健檢圖表分析並產出商業意涵，同時透過線上問卷與面訪，瞭解商圈分級分類依據與商圈輔導推動需求項目，以建立商圈戰情室。藉由導入資通訊科技，協助商圈提升附加價值。

- 執行單位：商業處
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算由「臺北市商圈盤點輔導暨 E 化應用」委託專業執行服務案編列 60 萬元支應，KPI 為持續更新商圈戰情室平臺 59 處商業密集區基礎資料數據。111 年預算由「臺北市商圈盤點輔導暨 E 化應用」委託專業執行服務案編列 60 萬元支應，KPI 為持續更新商圈戰情室平臺 58 處商業密集區基礎資料數據。112 年預算由「臺北市商圈盤點輔導暨 E 化應用」委託專業執行服務案編列 60 萬元支應，KPI 為持續更新商圈戰情室平臺 59 處商業密集區基礎資料數據。

3.2 跨境電商與線上拓銷

3.2.1 推動線上經貿拓銷團，媒合國內企業國際買家

為協助本市企業能持續拓展海外市場，幫助企業建置線上展覽專區及產品形象影片專區，邀請本市廠商及國外買主透過零接觸的數位技術進行線上一對一的媒合洽談會，創造採購商機。

- 執行單位：產業發展局
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算由「110 年度臺北市經貿拓銷計畫」委託專業執行服務案編列 450 萬元支應，KPI 為至少辦理 2 場次；徵集逾 50 家廠商

參加；安排 300 場線上洽談。111 年預算由「110 年度臺北市經貿拓銷計畫」委託專業執行服務案編列 450 萬元支應，KPI 為至少辦理 2 場次；徵集逾 50 家廠商參加；安排 300 場線上洽談。112 年預算由「112 年度臺北市經貿拓銷計畫」委託專業執行服務案編列 450 萬元支應，KPI 為至少辦理 2 場次；徵集逾 50 家廠商參加；安排 300 場線上洽談。

3.2.2 推動企業運用跨境電商

(1) 針對電商平台操作及運營訓練開設人才培訓課程，邀請豐富電商經驗的業師傅授實務作法，透過理論基礎搭配電商平台實務操作雙管齊下，有效落實教學與訂單成果之間的連結，降低企業培訓成本。

(2) 針對北市及新北市大專院校之學生與外貿企業進行產學合作，透過實際操作以協助北市外貿企業解決其經營跨境電商的困境，並培育跨境電商菁英專才。

- 執行單位：產業發展局
- 預算及關鍵績效指標：110、111 與 112 年預算由「臺北市企業運用跨境電商平台拓銷市場計畫」委託專業執行服務案編列 500 萬元支應。KPI 為每年辦理至少 2 梯次企業人才培訓課程，合計至少 50 家次企業完成培訓，並運用跨境電商平台，且至少完成 30 組企業與學生產學合作。

3.2.3 推動設置新創育成空間與設備，吸引創新產業群聚

為提供創業者優質孵化環境，吸引國內外創業家落腳臺北市，臺北市政府積極盤整本市既有及待活化利用空間，運用公有土地及既有設施，並結合民間資源與專業，打造新創基地。全市共規劃 22 處創新產業基地，總樓地板逾 58 萬平方公尺，109 年底止已啟用 14 處創新產業基地。

- 執行單位：產業發展局
- 預算及關鍵績效指標：各基地均結合民間資源經營，故無編列預算。110 年 KPI 為進駐團隊共計 370 家。111 年 KPI 為進駐團隊共計 400 家。112 年 KPI 為進駐團隊共計 450 家。

3.3 智慧交通

3.3.1 推動路外停車場汽機車 3A 智慧服務

(1) 軟體建置服務

本市停管處為提供民眾更便捷之停車服務，自 108 年 1 月起運用車牌辨識結合智慧支付，提供汽車車主「自動辨識、自動開啟閘門、自動扣款」之「3A 智慧進出服務」，民眾進出停車場免靠卡（悠遊卡）或到繳費機繳費，車輛進出停車僅須 3 秒鐘；目前該處所轄管公有自營停車場均已提供該項服務；捷運公司所轄停車場亦有 2 場提供該服務。另停管處於 108 年 12 月起全國首創新增機車 3A 智慧進出服務，至 109 年底已有 28 場提供該服務。為防制新冠肺炎疫情，除配合持續做好相關防疫措施，提供民眾安心、放心的停車空間之外，停管處將加速於 111 年完成所轄公有自營及委外立體停車場共 111 場全面提供汽、機車 3A 智慧進出服務；捷運公司停車場預計 112 年 33 場全面提供該服務，讓防疫從減少接觸做起，降低非必要之接觸感染的機會，落實防疫新生活。

- 執行單位：停車管理工程處
- 預算及關鍵績效指標：預算，110 年 1,520 萬元，111 年，無。關鍵績效指標：110 年目標值：停管處累計 103 場、捷運公司累計 12 場，111 年目標值：停管處累計 111 場，捷運公司累計 16 場。

(2) 建置機車路外停車格位

未來在評估路外公有停車場興建時，將納入周邊機車停車供需分析，以作為規劃汽機車停車空間配置比例依循。

- 執行單位：停車管理工程處
- 預算及關鍵績效指標：預算，納入停車場新建工程辦理。關鍵績效指標，110 年新增 275 格，111 年新增 56 格。

3.3.2 充電格位即時資訊查詢

因應後疫情時代國際性電動車發展快速增加，並配合本市「綠能、E 化」的交通

政策，在推動電動車發展及打造友善充電環境下，本市停管處目前已於各公有停車場設置充電柱提供電動車輛充電服務，並於「北市好停車 APP」發布各場充電柱格位停放使用狀態，以利民眾查詢；為了更精進事前資訊查詢，本市停管處將配合檢討於 109 年所設置「充電格位智慧化管理系統」中加入充電格位實際停放充電使用情形，並於「北市好停車 APP」內併同提供充電柱格位即時停車充電狀況使用資訊，且預計於 110 年 3 月上線啟用。

- 執行單位：停車管理工程處
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算無，110 年目標值：各停車場充電格位即時資訊上線啟用。

3.3.3 共享運具之公私協力合作，輔導共享運具，降低私有運具的持有

(1) 輔導共享運具與公共運輸結合

本府近年來積極推動共享汽機車，希望透過一車多人使用模式，以減少私人運具持有及彌補公共運輸不足或不均的缺口，定位為公共運輸的輔助運具，經觀察，共享汽機車使用量未受疫情影響，反而持續增加，府也特別要求共享業者確實執行車輛及各項設備之消毒作業，並加強宣導及公開相關防疫措施資訊，讓消費者可以安心騎乘。

疫情期間為鼓勵民眾使用公共運輸並利用共享機車作為家到大眾運輸場站的接駁工具，交通局刻正規劃公共運輸定期票加價購買共享機車之優惠方案，期以透過共同支付管道以定期票加價購共享機車提供優惠，並在考量業者經營及財務條件下設定方案內容，鼓勵民眾以共享機車作為連結大眾運輸場站之接駁，完善公共運輸服務。

- 執行單位：交通局 (運管科)
- 預算及關鍵績效指標：預算：110 年：10,000,000 元、111 年：10,000,000 元、112 年：10,000,000 元；關鍵績效指標：以每年的補助人次數量作為指標，110 年：50,000 人次/年、111 年：50,000 人次/年、112 年：50,000 人次/年

(2) 輔導停車場業者提供即時停車資訊

共享停車位是將既有停車位之間置時段釋出或是有效活化畸零地作為停車空間，因應後疫情時代民眾對於運具的選擇行為上，有較劇烈變動，相對對於停車需求變化亦較大；為提供共享車位資訊，目前「北市好停車APP」完成介接本市停管處 186 處停車場、市屬機關、學校開放停車場 112 處以及民間業者 118 處停車場之即時資訊，提供民眾可透過APP查詢即時停車資訊，將持續推動共享資訊智慧化，便利民眾查詢使用，減少民眾尋找車位時間與增加車位共享使用。

- 執行單位：停車管理工程處
- 預算及關鍵績效指標：預算，190 萬元，關鍵績效指標：110 年完成 430 場停車場提供即時資訊。

3.3.4 車廂擁擠度及時告知功能

本案由臺北捷運公司自主研發，旅客可透過「台北捷運GO」App及月臺電視，輕鬆掌握進站列車內的人潮狀況，特別在防疫期間，除了強制戴口罩搭捷運，即時「車廂擁擠度及時告知功能」，提醒使用人可自動移動至擁擠度較低之車廂此功能更有助旅客避開人潮較多的車廂，於109年完成板南線，未來目標：110年3月完成文湖線、111年3月完成淡水信義線、松山新店線、中和新蘆線。

- 執行單位：臺北捷運公司
- 預算及關鍵績效指標：預算，110年：337萬3,000元；111年：無（111年僅軟體自辦開發，無額外費用），關鍵績效指標：110年3月完成文湖線，111年3月完成其餘3條路線（淡水信義線、松山新店線、中和新蘆線）。

3.4 深度旅遊

3.4.1 異業整合，提供商機

根據數據顯示，外縣市居民來臺北約70%都是採取當天來回的旅遊方式，住房率僅有30%。本局辦理大型活動（大稻埕情人節、跨年活動及臺北燈節等）應思考留客策略，如何讓民眾來參加活動並停留本市。

- (1) 大稻埕情人節：以煙火為亮點，擴大煙火燃放範圍或場次，並加強跟在地合作，將活動範圍延伸至大稻埕街區，串聯成嘉年華式活動，並可結合臺北特色景點或體驗，規劃 2 天 1 夜或 3 天 2 夜之遊程，例如富含人文自然資源的城南臺大、中山線形公園、大稻埕、寶藏巖、青山宮、北投、貓空、陽明山等地區之深度旅遊，或搭乘觀巴一日遊臺北，並串連周邊商圈優惠活動，將活動時間延長活動範圍擴大，吸引旅客參加活動後前往體驗採買及留宿。
 - (2) 跨年活動：與信義商圈及商業處合作，於跨年期間（12 月中至 1 月中）打造信義區為臺北新年城購物節，業者提供歲末年終購物優惠，本局辦理實體活動及佈置燈飾及裝置藝術等吸引人潮聚集，並結合本市商圈、餐廳、旅館業者等，推出消費滿額有機會獲得跨年演唱會搖滾區入場資格，或是提供觀巴、場館、貓纜、住宿等優惠票，以刺激買氣並吸引民眾留宿。
 - (3) 臺北燈節：於農曆元宵節期間（2 月中下旬至 3 月上旬）吸引觀光客深入探索臺北，亦結合在地商圈、寺廟、民俗活動、人文歷史古蹟，號召在地資源共同參與臺北燈節。另與觀光業者如旅行業及旅館業推出合作優惠，並規劃燈節遊程，以吸引國內外旅客來訪，帶動觀光人潮
- 執行單位：觀光傳播局（綜合行銷科、觀光發展科）
 - 預算及關鍵績效指標：110 年預算 175 萬元；111 年預算 175 萬元，關鍵績效指標：110 年、111 年活動結合商圈購物及留宿遊程，每個活動各 3 條。

3.4.2 輔導標章

3.4.2.1 推動安心旅宿計畫

隨著 Covid-19 疫情趨緩，為鼓勵民眾防疫樂活，從旅遊住宿開始，訂定旅宿業防疫自主管理檢查（16 項）及優化項目（8 大管理原則，共 35 項），並經本市建築管理工程處、本府消防局、本府衛生局及本局等單位核可建築公安、消防安全、衛生清潔消毒及旅宿管理等工作，確實為北市安心旅宿把關。另鼓勵成為安心旅宿、防疫旅館之從業人員參與優秀旅館從業人員評比，以激勵相關同仁，並藉由舉辦旅館從業人員專業講習，協助旅館改善環境、服務品質及建立市場定位，提供旅客優

質之住宿環境。臺北市的安心旅宿統一公告於臺北旅遊網。

- 執行單位：觀光傳播局 (觀光產業科)
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算 85 萬元(原公務預算支應)，KPI 為輔導 356 家業者。

3.4.2.2 臺北市 MICE 安全接待服務鏈建置與執行計畫

Covid-19 疫情對全球旅遊業造成嚴重衝擊，如何能有效防範並轉化為爭取觀光客源的利基十分重要。全球已有許多防疫措施與規範，但在旅遊業率先將之整合的應是世界觀光旅遊委員會 (World Travel & Tourism Council , WTTC) 所推出的安全旅遊戳記 (Safe Travels stamp) 計畫。其目的是使旅行者能夠識別世界上哪些目的地與企業採用合於全球健康和衛生標準的準則，使消費者、度假者可以體驗「安全旅行」。

該協定內容係根據 WTTC 成員處理 COVID-19 的經驗、世界衛生組織 (WHO) 與疾病預防控制中心 (CDC) 的準則而設計，該計畫目前涵括旅館、景點、戶外商場、航空、機場、短期租屋、遊輪、旅行社、會展中心、汽車租賃、保險等 11 個行業類別，並開放給各目的地申請加入。

為推廣本市 MICE 產業，期建置臺北市安全接待服務鏈機制，輔導協助相關業者加入；並向 WTTC 申請安全旅遊戳記，給前來本市旅遊之遊客有安全安心的旅遊環境，並提升本市 MICE 的競爭力。

- 執行單位：觀光傳播局 (觀光發展科)
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算 150 萬元 (原公務預算支應)，KPI 為 2021 年完成本案整體執行計畫及準則之研擬、轉導業者參與之計畫，以及加入 WTTC「安全旅遊戳記 (Safe Travels stamp) 計畫」之先期作業程序，並輔導 30 家業者取得安全旅遊戳記。111 年預算 95 萬元 (原公務預算支應)，KPI 為輔導 20 家業者取得安全旅遊戳記。

3.4.2.3 穆斯林友善景點暨旅宿輔導計畫

後疫情時代，為加強形塑臺北市友善旅遊環境，打造臺北市景點及旅館接待穆斯林旅客的能量，爰持續規劃輔導本市景點及旅宿業取得穆斯林友善認證，並執行認證效期內之查核，提供穆斯林旅客來臺北有更多旅遊及住宿選擇；另透過業者辦理教育訓練、及交流座談會及至本市優良穆斯林景點或旅宿參訪，以及文宣品製作、網路平臺上架等，行銷推廣本市穆斯林景點資源及旅館特色。

- **執行單位：**觀光傳播局（觀光產業科）
- **預算及關鍵績效指標：**111 年預算 150 萬元（原公務預算支應），KPI 為穆斯林友善景點及旅館達 50 家。

3.4.3 旅行社業者送客臺北獎勵機制試辦計畫

每年除透過熟悉之旅踩線活動串連本市各區及鄰近縣市具發展潛力之新興景點、地方特色商家，並結合觀光節慶、體驗活動，提供到臺北市遊客嶄新的旅遊體驗。希透過「旅行社業者送客臺北獎勵機制試辦計畫」鼓勵旅行社業者於踩線後上架相關臺北市特色遊程，並實際送客至臺北，以增加本市觀光旅遊人次，提升整體觀光發展效益。

- **執行單位：**觀光傳播局（城市旅遊科）
- **預算及關鍵績效指標：**110 年預算 160 萬元（原公務預算支應），KPI 為鼓勵送客業者家數 15 家；111 年預算 170 萬元（原公務預算支應），KPI 為鼓勵送客業者家數 20 家。

3.4.4 應用數位科技發掘目標客群需求

拜科技所賜，現今多數觀光客越來越偏好預先使用網路搜尋規劃好旅遊行程，因此，本計畫將透過 Google 搜尋平臺及臺北旅遊網後臺瀏覽數據為核心，依月份、季節、國家別等維度分析到臺北市旅遊的觀光客客群之可能喜好，再利用本局經營之社群媒體平台搜集旅客需求，藉此發掘臺北市觀光客群需求，以利未來本市動態規劃各類活動之參考依據。

- **執行單位：**觀光傳播局（視聽資訊室）

- 預算及關鍵績效指標：110 年預算 50 萬元 (原公務預算支應)，KPI 為八種語系各產出 10 項熱門景點；111 年預算 50 萬元 (原公務預算支應)，KPI 為八種語系各產出 10 項熱門景點。

3.5 文化新商機

3.5.1 成立劇場協作平台

作為臺北市公有劇場火車頭的臺北表演藝術中心 2022 年啟用後，將帶動全市表演藝術產業進入新里程碑。配合北藝中心以亞洲表演藝術共製平臺的定位，持續引介國際新型態節目製作創作與科技劇場展演模式，透過創意節目提案發表會、參與國際藝術市集活動等方式，尋找具未來發展性的新型態節目構想，媒合場館或藝術節慶策展單位等公民部門資源，持續投資支持節目提案後續創作發展，在節目創作測試過程，即有穩定的資源與未來發表機會。配合臺北藝術中心開幕節目規劃，發展遠距、虛擬實境的節目型態研發計畫，並視展演實驗規模與定位，與合適的場館進行策劃合作，逐步培養劇場工作者數位內容製作概念，增強表演藝術迎向數位工具的能力，提升藝文產業 OTT 數位應用力。

- (1) 鼓勵新型態節目研發，依各場館條件擬訂扶植計畫，創造藝文藍海市場。
- (2) 啟動科技劇場實驗媒合平臺，引介國際新節目型態持續交流。
- (3) 鼓勵北藝中心建置創新製作「協製平台」，加速並擴大製作產能。
- (4) 配合北藝中心開幕推動創意節目前期輔導平臺，媒合藝文團隊與技術人才共同研發新型態節目。

- 執行單位：文化局 (藝術發展科)、臺北表演藝術中心

- 預算及關鍵績效指標：

- (1) 110 年編列既有預算「補助行政法人臺北表演藝術中心辦理臺北表演藝術中心營運管理 (經常門)」項下為 50 萬元，111-112 年編列既有預算「補助行政法人臺北表演藝術中心辦理臺北表演藝術中心營運管理 (經常門)」項下每年 200 萬元。KPI 為 110 年成立「協製平台」規劃設計一式，111-112 年完成一案創意節目媒合輔導。

(2) 納入每年既有預算「補助行政法人臺北表演藝術中心辦理臺北表演藝術中心營運管理(經常門)」項下「亞洲當代表演網絡集會」(亞當計畫), 50萬元辦理。KPI 為每年辦理 1 場跨領域數位節目製作論壇(含線上)

3.5.2 培育藝文產業全方位 IP 產業鏈虛實整合實驗模式

從推動原創 IP 的一源多用, 能夠在文字、漫畫、動畫及影視音產業發揮爆炸性的影響, 突破一產業一平台的侷限思維, 透過創新的媒合與企製平台, 促成原創內容的創新應用及跨域合作。透過辦理 IP 產業鏈 B to B 合作平台案例分享國際論壇、交易媒合會及轉型工作坊, 建立 IP 產業鏈 BtoB 合作平臺, 降低創業成本, 促使產業達到更高的發展。透過案例分享及工作坊建立 IP 產業鏈的虛實整合體驗模式, 藉由培育科技應用並結合創意產業而獲利的經營管理人, 甚至是企業領導者, 更能夠將創意內容轉化得更為極致, 發揮文化的滲透力與傳播力, 因應產業在後疫情時代的新舊過渡。具體作法將辦理藝文產業國際論壇及交易媒合會, 及藝文產業輔導轉型工作坊。

- 執行單位: 文化局(藝術發展科)
- 預算及關鍵績效指標: 110-111 年度每年新增編列預算各為 400 萬元, KPI 為每年各辦理 1 場 IP 產業鏈的虛實整合體驗模式案例分享國際論壇(含媒合會及工作坊)。

3.5.3 街頭藝人及演藝團體的服務數位化

街頭藝人及演藝團體為臺北市創意能量的基礎單位, 然而街頭藝人與演藝團體小規模的經營型態, 人力往往十分有限, 為使有意申請的創意工作者免於辦理行政程序之路途奔波, 並配合本府無紙化及數位化政策, 故推動街頭藝人及演藝團體證照線上申請, 以及其他管理與服務之數位化, 包括線上數位化服務, 提供線上申請送件、審核、發證等功能。

- 執行單位: 文化局(藝術發展科)
- 預算及關鍵績效指標: 110 年新增預算 200 萬元。KPI 為 111 年完成街頭藝人

線上申請平台及演藝團體線上申請平台。

3.6 新興勞工權益

3.6.1 針對「居家辦公」之工作型態之業者，先辦理「勞條健檢師」輔導作為，嗣後進行陪同鑑定專案勞動檢查，確保勞工權益

為避免新冠肺炎疫情之擴大，有部分業者採取居家辦公之新型工作模式，據媒體報導，除許多高科技知名外商公司如 Facebook、Google、Amazon、Microsoft 都有採取使員工居家辦公之措施；此外，其他高科技企業如：趨勢科技、NetAPP、思科台灣皆有安排員工居家辦公；另外金融業如：國泰金控、富邦金控、南山人壽、新光金控等，亦針對疫情啟動居家辦公措施。此類辦公方式因勞工不在雇主直接指揮監督之辦公處所中工作，因此對於工時認定易產生爭議，據此，事業單位應依照勞動部修訂之「勞工在事業場所外工作時間指導原則」，在外工作勞工之工作時間紀錄方式，非僅以事業單位之簽到簿或出勤卡為限，可輔以電腦資訊或電子通信設備協助記載，例如：行車紀錄器、GPS 紀錄器、電話、手機打卡、網路回報、客戶簽單、通訊軟體或其他可供稽核出勤紀錄之工具，於接受勞動檢查時，並應提出書面紀錄。為協助使用「居家辦公」之措施之事業單位依法登載勞工之出勤情形，並且協助企業熟悉勞動法令之規範，將傳統人事管理方式轉向人事管理績效化的目標邁進，本府勞動局將進行勞動條件健檢師的法令遵循輔導，去函通知並檢送宣導資料，進行入場輔導，並函送「勞動條件法令遵循結果建議書」予事業單位，嗣後並擇期進行陪同鑑定專案檢查，以確認企業實施情形，保障居家辦公員工之權益。此外，為因應後疫情時代新工作型態的產生，除要求事業單位遵守現行勞動法令以維持本市勞工基本勞動權益外，對於未來勞動法令之調整，本府勞動局將邀集專家學者，舉辦法令座談會集思廣益，做成修法建議並函請中央參採。

- 執行單位：勞動局（勞動基準科）
- 預算及關鍵績效指標：110~111 年預算由年度預算支應。
 - KPI1：於 110 年 1 月~6 月間，完成陪同鑑定人員名單。
 - KPI2：於 110 年 7~12 月間，針對企業進行勞條健檢師輔導。

- KPI3：於 111 年 1~12 月間，針對已受勞條健檢師輔導者，進行陪同鑑定專案勞檢，並視情形加重處分。
- KPI4：110~111 年間，完成 2 場次專家座談會議。

3.6.2 建置線上勞動法令學習資源，並定期更新資訊

為輔導使用新工作型態之事業單位，於遇到相關勞動法令問題時，得有線上學習資源可做參考依循，本府勞動局將於官網「HOW 老闆專區」建置相關法令資訊，並每季定期更新，使雇主可有所依循。

- 執行單位：勞動局（勞動基準科）
- 預算及關鍵績效指標：110 年至 111 年預算由公務預算支應，KPI 為 110 年至 111 年累計更新專區 8 次。

3.6.3 修訂「臺北市外送平台業者管理自治條例」，強化外送員及外送平台業者之責任義務與職業安全、交通安全及食品衛生安全保障

本市率先全國制定「臺北市外送平台業者管理自治條例」，要求業者為外送員投保，但當中有關傷害保險給付金額及可否排除外送服務期間以外事故之理賠，自該條例施行至今，陸續接獲各方提出不同的意見，本局將於該自治條例施行滿一年後，依實際狀況適時做滾動式修正。預計於 110 年 3 月至 5 月請衛生局、交通局、法務局、各平台相關業者、臺北市網路平台外送員職業工會、臺北市美食外送產業工會、中華民國產物保險商業同業公會及中華民國人壽保險商業保險同業公會等提供修正意見並召開研商會議，110 年 6 月至 7 月草擬修正案，於 110 年 8 月至 110 年 11 月將修正草案函送本府法務局，並依該局審議意見修正，預計於 110 年底前將修正案送本市議會。

- 執行單位：勞動局（職業安全衛生科）
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算由現有公務預算，業務費項下（2 萬元）支應。KPI 為是否依預計時程辦理完成，詳如甘特圖。

重要工作-110年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
蒐集修正意見			■									
召開研商會議					■							
草擬草案、預告、法規影響評估、性別影響評估...等						■						
函送法務局								■				
修正法務局審議意見										■		
修正案送市議會												■

3.6.4 增設限停 15 分鐘路邊機車格位

隨著網際網路發展及手機等科技進步，消費者之購物型態逐漸轉型增加電商平臺購物頻率，疫情期間因市場需求而更使外送產業加速發展，而外送美食服務已經成為一種新常態，外送服務車輛於執行外送任務時為爭取時間，強調及戶性之快速移動，因此，大多會在目的地附近臨時停車，無法至較遠停車空間停車，故經常產生於禁止臨時停車區產生短暫違規臨停問題，亦應有解決方案。因應後疫情時代外送需求激增，外送平台產業蓬勃發展，為改善外送機車違規臨停問題，本市已於夜市商圈、市政府、北一女中、成淵高中等 19 處設置 124 格限停 15 分鐘路邊機車格，其中機關學校有 10 處 70 格，夜市或商圈有 9 處 54 格，以有效提升格位停車周轉率；另有 23 處機關學校利用自有畸零地提供 115 格外送機車暫停使用。後續將持續檢討增加路外及路邊機車停車格位及滾動式檢討主次要道路之禁止臨時停車紅線，視交通條件局部改為禁止停車黃線，以利車輛短暫臨停，並請執法單位依現地標誌標線加強執法，以維持交通安全秩序。

- 執行單位：停管處
- 預算及關鍵績效指標：預算，無；關鍵績效指標，每年增加 60 格

四、宅經濟發展

4.1 線上娛樂

4.1.1 大型藝文活動結合/運用數位科技體驗

運用現有市府大型展演活動，規劃藝文展演數位展演節目，提供新創節目型態的能見度與話題性，運用公有資源平臺，吸引民間資源投入數位製作領域，同時整合市政資源，導入新媒體技術，創造藝文展演數位露出機會。(策略 26)。

- 執行單位：文化局（藝術發展科）
- 預算及關鍵績效指標：110-112 年度納入每年「文化設施發展基金補助臺北數位藝術中心辦理數位藝術節活動」預算 30 萬元辦理。KPI 為執行一場藝文展演數位演出。

4.1.2 將運動賽事運用數位科技進行轉播或設計互動模式

因應 5G 及科技化轉播時代來臨，體育局現有運動場館多數網路及通信基地台須配合升級，同時因應疫情影響許多賽事活動將限制民眾入場觀賽，爰預計參考現行美國職籃或職棒引入 VR/AR 等數位轉播科技技術，提供民眾全新視覺化的精采體驗。

- 執行方式：

本市天母棒球場現已委託龍來球場股份有限公司經營管理，目前規劃與職業球隊合作與本府資訊局共同合作推動打造 5G/AR/VR 智能化球場，預計將投資 LED 環場螢幕、全館電視及資訊設備、高速攝影設備及追蹤雷達與 5G 基地台，預計投資 1,400 萬元，成為本市首座常設有新媒體傳播科技設備之賽會場館。

- 預算及關鍵績效指標：

預計於 110 年 3 月味全龍天母棒球場賽事呈現首場數位化科技轉播賽事。

預算：110 至 112 年民間單位投資 1,400 萬元。

4.1.3 大型觀光活動及本市觀光旅遊景點，結合運用數位科技體驗

(1) 大型觀光活動結合運用數位科技體驗

於跨年晚會及臺北燈節等大型活動結合數位技術，讓參與活動的民眾可透過現代數位科技感受嶄新的娛樂體驗。例如 2021 臺北燈節擬採用 AR 導覽技術，民眾遊客只需使用手機或平板裝置，在場域內指定地點掃描 QRcode 下載專屬 APP，即可透過手機等裝置瀏覽地圖及動線指引。除了引導功能，2021 年臺北燈節所設計之 APP 有別於一般 AR 技術定點有限度的體驗方式，將 AR 體驗範圍擴及整個艋舺燈節場域，打造出專屬的「燈節宇宙」，並將場域內的燈飾設計進這個 AR 世界，也可利用 APP 和虛擬花燈合影留念，將打破燈節虛擬與現實界線的夢想，化為真實。

- 執行單位：觀光傳播局 (綜合行銷科、觀光發展科)
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算 400 萬元 (原公務預算支應)，KPI 為數位科技體驗 100 萬人次；111 年預算 400 萬元 (原公務預算支應)，KPI 為數位科技體驗 120 萬人次。

(2) 導入數位科技於臺北市觀光旅遊景點

鑑於許多先進國家紛紛於知名景點或城市設置即時影像功能，如：威尼斯、東京、阿姆斯特丹等城市，本市目前即時影像僅用於防災、氣象、交通等功用，尚缺觀光用途之即時影像，因此，本計畫欲建置本市觀光用途之高畫質即時影像，利用臺北旅遊網或影音平臺播送，讓國內外遊客都能利用 2K 以上高畫質即時影像認識本市，讓遊客身歷其境，利於推廣臺北市知名度，亦有利於旅客安排本市之旅遊行程，設置地點如象山，可拍攝臺北市日夜景；另外，亦可導入 AR/VR 技術推廣本市旅遊景點，民眾用手機即可體驗到應用科技來享受觀光樂趣。

- 執行單位：觀光傳播局 (視聽資訊室)
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算 60 萬元 (原公務預算支應)，KPI 為即時影像使用次數 6 萬次；111 年預算 200 萬元 (新增預算)，KPI 為 AR/VR 導入臺北市觀光旅遊景點數目 5 個。

4.1.4 提供優質便利之數位閱讀服務 (校園、圖書館、市府大樓及區民活動中心)

為營造便利的數位閱讀環境，臺北市立圖書館徵集各種主題的電子書館藏，運用

資訊科技設備並搭配數位資源推廣活動，帶領讀者進行數位閱讀。109 年臺北市立圖書館提供超過 46 萬 5 千冊電子書，全年使用達 124 萬 5,129 人次。

為推廣電子書館藏，臺北市立圖書館鼓勵學生主動組隊，參訪圖書館及認識電子書操作，109 年度平均每月辦理 1 梯次，共 14 梯次 367 人參加。除典型的圖書館利用教育，亦於線上社群平臺推出適合兒童及青少年參與的主題書展及書籍心得分享活動，透過按讚、好友分享及簡短的文字評論，拉升閱讀風氣，如「e 書到手-悠遊在雲端」－「青春篇章」及悅讀「童」樂會，兩場加起來共有 109 人參加。

此外結合解謎元素，推出聖誕節限定線上活動「RE。turn/旅。圖」，將答案線索藏於電子書中，活動時間為期兩週，計有 80 人次參加。

臺北酷課雲迄今已突破 3,570 萬瀏覽人次，提供 1 萬 1,184 支線上教學影片、4 萬 3,821 道公開題目、2,284 本創作電子書、528 部電子班書及 46 萬冊北市圖及國資圖電子書供本市師生進行數位學習及閱讀，其中，酷課閱讀專區除提供豐富的數位閱讀資源，亦建置各種數位閱讀功能，以提升學生閱讀理解能力、問題探究與解決能力、高層次思考能力、數位文學創作及數位溝通能力為目標。

「好讀周報」以推動讀報教育結合時事來提升閱讀理解能力；「電子繪本創作」鼓勵師生透過數位平臺展現文學創作和科技設計軟實力；「高中職閱讀王」挑戰賽，打造團隊合作、展現閱讀素養及運用數位科技能力的全方位動能；「閱讀認證」透過選擇、簡答或心得撰寫完成該書的閱讀認證並同步建立個人閱讀履歷；「閱讀挑戰」及「社群讀書會」以年輕族群學習習慣而設計，藉由發起線上閱讀挑戰競賽或數位社群吸引學生加深使用閱讀平臺的黏著性。

臺北市線上資料庫提供 21 種資料庫，涵蓋數位影音、電子報章、雜誌及期刊等型態，自 109 年 7 月 1 日起 21 種全新資料庫上線，迄今已突破 34 萬 9,841 閱讀人次，提供親師生數位閱讀、專題研究、親職教養、英語學習及各類知識深入探究查閱的優質數位平臺，為線上自學者的重要檢索依據，透過線上資料庫可體驗數位查找資料、自主學習，以進行專題探究的便利及樂趣，培養學生獨立研究和批判思考的能力。

4.2 線上學習/智慧校園

4.2.1 公私協力，鼓勵充實學程內容

為打造智慧教育共享經濟生態系，臺北酷課雲平臺產製教學影片等資源，並提供線上同步、非同步遠距教學功能，與全國教育單位共享，本市不僅爭取教育部「前瞻基礎建設中小學校園數位建設計畫」、「科技輔助自主學習」等經費擴充本市線上教學資源，考量線上教學需借重民間平臺腳本撰寫及直播節目的專長，近年更與民間非營利組織線上教學平臺例如：均一教育平臺、Learn mode 學習吧，合作開發線上學習教材，拍攝 108 課綱動畫影片及線上課程包，提供教師方便易用的線上教學素材，並透過非營利組織協助培育教師線上影片腳本撰寫及即時同步課程能力，辦理工作坊或結合相關研習或教師專業學習社群，讓教師將 40 分鐘的課堂濃縮為線上 10 至 15 分鐘的教學影片。

110 年預計拍攝國中新課綱數學、生物、理化 180 支、高中一年級數學、物理、化學 240 支，高二物理 72 支。111 年將持續拍攝高中二年級教學影片，並與台達電基金會合作，新增高職線上課程影片共 800 支，另整合國中理化科課程包 60 個，課程包內容為新舊課綱影片、教案、簡報及學習單。讓臺北酷課雲真正可以完成高中職到國中小全學層的教育影片資源，同時也透過跟這些民間平台的協助，把臺北酷課雲的資源傳遞給更多的師生。

4.2.2 推廣跨校網路選修

臺北市數位學習教育中心應用服務組以現有酷課 OnO 學習管理平臺為基礎，發展相關課程服務，如：高中跨校網路選修、高中多元增能培力專班、國中多元增能培力班，未來將開設國小多元增能培力班，使本市師生熟悉酷課雲平臺在學習上之應用，並與其他縣市合作，進行課程師資分享及學生交流活動。

臺北酷課雲自 106 年度起開辦「高中跨校網路多元選修課程」，因應十二年國教新課綱多元選修課程方案，109 學年度有 10 縣市 34 校加入，共同參與高中跨校網路選修 25 門課程，透過臺北酷課雲遠距教學的功能，跨縣市互相交流分享課程，發展地方特色的本土課程資源，實踐互動共好的教育價值。另，為鼓勵全國高中學生善用彈性學習時間安排體驗課程，提前認識大學課程，開設「大學線上體驗課程」，合

作大學數共計 10 校，共計開設 35 門線上體驗課程，幫助學生探索未來方向，讓高中生在面對科系的選擇時，不再感到害怕與徬徨，並真正了解自己的興趣，以及選擇到適合自己的大學科系，並預計自 110 學年起開設「高中加深加廣跨校網路選修課程」，滿足學生銜接不同進路大學院校教育之需要，由學生依其生涯進路及興趣，自主挑選領域/科目之課程選修。

目前本市已與臺中市等 13 縣市簽署合作備忘錄，期未來持續拓增合作縣市及海外僑校，共享臺北酷課雲豐富學習資源，落實「教育平權」的精神。

為了提供學生更多元有彈性的學習模式，參考日本 N 高校，成立可提供學分學位之網路學校，讓學生不受時間與空間限制，自主規劃學習計畫，依個人狀況自由選擇，成為非學校型態實驗教育新的選擇，以及任何人除了實體課程外得以自主進修的管道，且給予與普通學校相同的學位或學程資格。

4.2.3 打造虛實整合的親師生學習平台（智慧校園）

4.2.3.1 運用大數據分析輔助教學

AI 大數據的發展應用是下一代國家、產業、人才培育的重要工作與目標，掌握大數據配合新世代量子電腦的高速運算不但可以帶動 ICT 產業的升級轉型，還可強化資訊國力，讓臺灣在數位世界扮演關鍵的決定角色。為提升本市中小學教育成效，將運用 AI 科技，整合「臺北酷課雲」、「臺北市國民小學科技化診斷評量」及「酷學習教學平臺」等系統，全面滿足老師課間教學、教學診斷、補救教學及課後自主學習等四個教學需求。

在教育的運用大數據分析輔助教學上，規劃以 AI 運用於學習診斷及補救教學分析如下：

- (1) 學習診斷系統：該系統主要應用於自主學習平台（酷課學習）以及課間學習平台（酷課 OnO、酷學習），透過學習互動數據的蒐集（例：學生登入次數、參與討論頻率次數、回答正確率、人際互動等），將標記學習成效之相關數據加以運算分析建立模型，提供老師、家長、學生學習表現的評估預測，及早補救與導正，並第一時間透過親師生平台將學習訊息推播共享。

- (2) 補救教學系統：為承接學習診斷系統預測結果後之處理單元，運用知識節點脈絡及課程綱要進行邏輯運算以提供自動化補救學習建議，透過補救學習成效反饋自主修正的專家系統；補救教學之相關內容可透過親師生平台推播共享，增進酷課雲使用頻率並再次訓練學習診斷系統以提高預測能力。
- (3) 數位診斷評量題庫：為建立線上學習平臺診斷功能，首先須擴充國小數學科數位診斷系統題庫及國中理化科數位教材課程包教材題庫內容。診斷題庫可提供教師於課間即時了解學生學習落差，給予適性化及補救教學，精準掌握學習進度；AI 學習診斷平臺亦可利用後臺數據分析，自動推播適合教材供國高中學生自主學習參考，有效提升學習成效，所有學習歷程皆完整紀錄於酷課雲平臺。國小數學數位診斷題庫 110 年將完成國小六年級康軒、南一及翰林三家教科書第 11、12 冊題庫約 600 題，112 年預計完成國小三年級（第 5、6 冊）數學科題庫命題。國中理化科於 110 年可完成 60 個數位教材課程包，內含學科影片、教學簡報、學習單、大考題庫及診斷性題庫約 600 題。全力提供本市親師生課前、課中、課後以及線上及線下的完整學習，實踐無所不在的 E 世代學習型態。

4.2.3.2 運用科技方式，建立數位生態系統，包括管理課程編排、專用教室使用、智慧保健、學生點名、智慧借書...

為提供整合性校園數位服務，教育局刻正打造親師生學習整合平臺，該平臺係與臺北酷課雲共用架構，以各學層校務行政系統及親師生校園單一身分驗證帳號為基礎，提供教學、學習、行政管理、校園生活、活動競賽、親子頻道、社群互動、第三方服務等 8 大面向服務，家長與師生將可以透過手機、平板電腦及網頁進行即時溝通互動、查詢學生成績、獎懲及出缺勤資料、社團報名、重要訊息推播等服務，不僅讓家長能更深入了解學生校園生活，也得以幫助學校行政減量，維持良好教育品質。

親師生平臺更可以有效帶動教育軟體服務產業發展，臺北市親師生合計近 80 萬人，將吸引數位教材、軟體供應商提供免費學習資源進駐，達到宣傳推廣效益，

親師生及軟體產業均可從中獲益，因此親師生平臺將提供標準 API 供第三方教育軟體服務商介接，省去其重新開發底層系統成本，形成數位學習共構生態，讓本市數位教育服務更為多元豐富。

為有效推動親師生平臺，教育局將於 110 年 3 月起，與教師會、各學層家長聯合會合作辦理親師生平臺推廣說明會，提升家長校園親子帳號綁定率，並規劃親師生平臺第三方服務產業說明會，鼓勵教育軟體服務產業或教育類非營利組織加入親師生平臺，例如 Pagamo、Snapask 或教科書商，帶動教育軟體產業發展。打造即時訊息中心機制，讓教育局科室或各級學校處室、老師，都能夠發送即時訊息通知老師、學生或家長，快速佈達重要資訊；如：開發調查表/回條功能，立即蒐集使用者反饋，讓學校的行政人員作業負擔得以進一步減輕；或如：到離校訊息、學習歷程、線上請假/繳費、缺曠獎懲查詢、電子聯絡簿等功能，讓家長能快速的掌握孩子在校的生活狀況。

為推動親子共讀、資源同享，臺北市以手機借書、智慧盤點、資源流通、數據發展四大服務規劃建置智慧校園圖書館。讀者僅須以手機掃描圖書條碼，即可自動列入借書白名單完成自助借書，搭配 RFID 防盜裝置，完成自助借閱的書籍不須再由館員消磁，館員無須常駐服務臺；未來館員可使用手持式超高頻 UHF 感應盤點機，大面積快速鍵入書籍編號，亦可感應式尋書，省時省力；使學校圖書館人力得全力投入學生閱讀推廣工作。最後依讀者借閱習慣整合實體書及電子書借閱數據，進行個人化推薦書籍服務，並統計全市圖及參與學校各類圖書藏書量，做為未來購書依據。

4.2.4 降低學習數位落差

4.2.4.1 行動學習學校認證計畫，以認證取代評鑑，運用校際結盟方式，提升各校資訊化應用知能。

為彌平各校數位學習落差，本市自 109 年首推動「行動學習學校認證計畫」，以認證方式取代評鑑，認證分為「行政推動」、「教師教學」及「學生學習」三向度，檢核指標包含：教職員組成跨領域或跨學科備課社群、參與教育部相關計畫、

教師教學使用行動載具結合大尺寸觸控螢幕、線上教學平臺使用率、相關教學 APP 使用率、學校行動載具使用率等。由學校自主參與計畫，透過校內自我檢核、他校互評和專家學者到校訪視三階段進行認證。

設置金質、銀質及銅質三項等第，並核予認證通過學校校園資訊設備優化經費作為獎勵，以利全面提升各校資訊化應用知能及資源。109 年共 29 校獲得認證，金質 7 校、銀質 4 校、銅質 18 校。

110 年將進行計畫認證指標修正，認證重點將從學校是否使用資訊軟、硬體輔助教學，轉型為資訊科技輔助學生學習成效提升與否。此外亦鼓勵本市學校運用校際結盟方式，推動行動學習智慧教學成效卓著學校帶領其他學校建立工作圈，分享及複製成功經驗、開發行動學習教案，將金質學校獲獎學校納入校長科技領導研習參訪學校、編列相關公務預算支持，並於中小學校長會議、主任會議等場合進行宣導，以增加未來行動學習認證學校數。

4.2.4.2 智慧教育輔導小組協助教師研習

臺北市政府教育局為協助臺北市高級中等以下學校推動「行動學習 智慧教學」，鼓勵學校教師運用數位科技發展創新教學，提高師生互動，進而培養學生主動學習素養，108 年成立智慧教育輔導小組推廣科技輔助教學，了解本市中小學智慧環境建置現況，蒐集本市智慧教育環境運用狀況，以作為未來優化智慧教育環境及擬定行動學習推廣策略參考。

輔導小組自 108 學年度起已進行 58 校到校訪視，針對本市各校觸控式互動大尺寸電視螢幕與載具應用於教學情形，透過聽取學校簡報、專家學者環境訪查、入班觀察及綜合座談提供及時服務與協助，並協助學校間經驗傳承及交流，給予學校滾動修正的策略及建議。

此外輔導小組 109 學年度共辦理 3 梯次 42 場次教師研習，調訓本市國中小七大領域教師，採密集舉辦專家學者講座、優秀學校教學經驗分享、發表會及實務工作坊等多元並進之教師專業進修方案，全面提升本市教師科技輔助創新教學專業知能，使行動學習推廣成效達到最大化。未來將依學校運用載具及大尺寸觸控螢幕成

熟度，研發各領域初階及進階課程模組。

4.2.5 推動 BYOD 方案

為培養學生自主學習風氣，鼓勵教師運用資訊科技翻轉教學，本市 236 校自 108 學年度起全面實施「行動學習 智慧教學」，109 年新增國八（學生數 30%）及高中職二年級（學生數 100%）學生教育載具 2 萬 2,957 臺及 330 臺充電車，累計補助國小三年級至高中二年級各校教育載具計 6 萬 9,140 臺，讓本市小學三年級以上學生自過去課堂中小組共用 1 臺載具提升至每生獨立 1 臺載具進行學習，協助教師運用資訊科技融入各學習領域課程中，培養學生使用科技解決問題、合作分享、媒體識讀等資訊素養及自主學習能力。

載具是推動行動學習最後一哩路，本市每年所提供校園載具數量龐大，初期為形塑校園行動學習氛圍，採政府資源挹注方式採購各校所需行動載具，長期發展仍需逐步推動學生自備載具（Bring Your Own Device，BYOD）方式才能落實。本市將擇校試辦校園行動學習 BYOD 計畫，考量 108 課綱高中職學生有專題製作課程，需使用筆電、平板等行動載具輔助學習，將自 110 學年度於高中職優先試辦前揭計畫，以部分補助方式鼓勵學生購買合乎學習用規格的教育用載具，及免費提供經濟弱勢學生載具及網卡，並要求學校落實訂定校園載具使用管理辦法及加裝保管櫃等配套，以實施 BYOD 方案。

4.3 健康產業

4.3.1 扶植健康產業社區化，建置老人樂活社區

4.3.1.1 運動中心社區化及虛擬健身房

為提升全民運動風氣並因應疫情期間人流管制，著手推動運動中心場地智能化及運動社區化，109 年於本市萬華、北投、南港三處運動中心，由場館營運單位推動數位科技運動課程，試辦參與人次約 30 人報名參加，未來預計北市各區運動中心之推動外，亦規劃未來於樂齡長者常態活動地點（如區里民活動中心等）推動相關服務措施，期克服各年齡層或相關特定族群等不便利性與阻礙，打造全民運動雨露

均霑之景況。

- 執行方式：

藉由本市既有之運動中心或其活動外展地點，另外包含鄰近運動中心 2 公里範圍內社區型的照護機構或樂齡據點辦理樂齡與身心障礙族群之活動，並運用運動科技 (包含 VR 與智能運動裝置) 進行指導，擴大運動中心服務教學外展至周邊社區，深化地區聯結。

- 預算及關鍵績效指標：

- (1) 110年辦理3區運動中心數位運動科技連結活動。
- (2) 111年辦理3區運動中心採數位運動科技連結活動。
- (3) 112年辦理6區運動中心採數位運動科技連結活動。
- (4) 民間單位新增投資預算：110年600萬元，111年600萬元，112年1,200萬元。



圖 11 社區體適能數位化發展現況-1



圖 12 社區體適能數位化發展現況-2

4.3.1.2 運動巡迴指導團運用簡易型設備提供社區交誼活動

體育局透過辦理運動巡迴指導團，協助深入鄰里來提供距離運動中心服務範圍外之社區民眾進行身體活動，達到運動社區化以提升全民運動習慣，推廣全民運動達到流汗程度，進而提升全民身體素養，同時打造符合長者運動特性之運動休閒設施，建置樂齡健康運動中心。

- 執行方式：

- (1) 110年至112年內透過運動巡迴指導團模式，於老人經常聚集或適合老人活

動地點，運用簡易型設備會器材，提供運動指導活動，協助樂齡市民與人群接觸機會並推廣合宜運動，促進樂齡長者健康與活力。

- (2) 跨局處協商，與資訊局和社會局商談規劃於敬老卡內新增健康資訊，必要時亦可將資料提供衛生局，期建立完整市民健康服務鏈。
- (3) 體育局、社會局及高齡前瞻中心刻正研擬樂齡健康運動中心分級規劃、課程、空間與服務內容，將依據老人身體狀況及使用需求提供不同服務，預計將於本市合適地點設置首座專屬老人的樂齡健康運動中心，提供運動指導、健康諮詢及運動傷害預防等一站式服務。

● **預算及關鍵績效指標：**

- (1) 110年辦理2區社區體適能計畫採數位運動科技連結活動；111年辦理4區社區體適能計畫採數位運動科技連結活動；112年辦理6區社區體適能計畫採數位運動科技連結活動(1區1場次)。現有預算：110年332萬5,200元，111年新增預算332萬5,200元，112年新增預算350萬元。
- (2) 預計111年以前完成北市首座高齡者運動訓練示範據點(樂齡長者運動據點新增預算：500萬元)。

4.3.2 提供專業運動產業資訊服務，深耕特定族群服務

建置一站式網路平台，提供收集運動產業相關資訊後，做為業者與消費者間橋樑，提供「產業」、「市民」兩端所需資訊，除提供業者有有關產業資訊外，向民眾呈現本市運動產業聚落，提供業者與市民法令與行政規則諮詢。公告場館稽核成果，彙編消費爭議案例，便利民眾使用查詢。

● **執行方式：**

- (1) 提供運動場館業與運動服務業公開資訊，呈現本市運動產業聚落系統化紀錄民間場館稽查結果，彙編消費爭議案例，便利民眾使用查詢。
- (2) 媒合運動人才資料庫，建置場館會員管理系統、進行運動數據探勘與分析，提供業者與市民法令與行政規則諮詢。

● **預算及關鍵績效指標：**

- (1) 預算：110年新增30萬、111年新增30萬元、112年新增30萬元。
- (2) 110年運動產業服務平台開放瀏覽。
- (3) 110年運動產業業者會員數達50家業者。
- (4) 112年運動產業業者會員數達100家業者。

4.3.3 編制運動產業衛星帳及投入產出系統，做為決策基礎資訊

臺北市運動風氣盛行，透過運動產業相關調查瞭解產業走向及趨勢，並可運用資訊之分析提供後續改善及決策參考。

- 執行方式：

進行運動產業衛星帳及臺北市民運動習慣與需求調查，協助產業進行市場分析與未來發展與轉型策略研擬之參考。

- 預算及關鍵績效指標：

110年完成編製臺北市運動產業衛星帳及投入產出系統(105-106年度)。
111年底前完成編製臺北市運動產業衛星帳及投入產出系統；現有預算475萬元。

五、零接觸服務

5.1 智慧支付/公有場域無現金支付

5.1.1 公共費用線上支付

本府自106年7月建立「智慧支付整合平台」，為市民提供公共費用多元線上支付管道，以網路代替走路臨櫃繳費，打造全時幅、跨地域的支付環境，在支付管道上結合電子支付、銀行等業者的力量，政府跟企業同心協力，共同推動無現金城市。

- (1) 由公而私-公共費用無現金支付

現今市面如悠遊付、街口支付及LINEPAY等新興的電子支付，提供民眾非常便利的消費支付方式；而民眾需繳納市府之公共費用，市府則整合電子支付資源，使管道多元，自智慧支付平台推出公共費用行動繳納。2年來稅、規費與罰鍰的使

用率穩定成長，有鑑於民眾對電子支付的接受度大增，市府亦開始思考如何從公部門資源走向與私部門協作，故在 109 年 3 月同步公告臺北市「支付開道服務推動發展計畫」，徵求有意合作之單位/店家/廠商及支付業者，擴大大市「支付開道服務」應用場域，共同提供市民便利之行動支付生活環境。首先於大光華資訊商圈合作試辦-掃碼付款 TPQR，民眾只需使用手機掃瞄 QR Code，即可完成消費行為；市府亦同步致力於智慧交通領域，將原本支援的公有停車場智慧支付範圍擴增，現正密切與公有委外停車場、民營停車場業者合作，將實現無現金支付政策由公部門擴大推及一般商業領域，共同打造臺北市的便利智慧生活。

(2) 擴大智慧支付範圍及通路

臺北市的電子支付優勢有二：通路與使用情境，多元的支付通路、貼近民眾日常生活的交易情境與疫情養成的保持社交距離，創造出臺北市高頻次電子支付生活型態；但無可諱言，民眾在使用習慣上仍有很大一部分是以信用卡作為支付工具，故智慧支付平台在支付通路上，將導入信用卡繳款、財金公司合作，以回應民眾拓展支付通路的期望，在使用情境上，持續導入更多罰鍰項目、臨櫃掃碼付款，也期望因疫情轉變的新型態生活及平台經濟發展下，開放支付開道介接合作，來加速無現金生態的養成及智慧城市的發展。

- 執行單位：資訊局
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算 900 萬元，KPI (1) 支援公有場館數，目標值 2；KPI(2) 與第三方場域合作數，目標值 2；111 年預算 900 萬元，KPI(1) 目標值 6，KPI (2) 目標值 4。

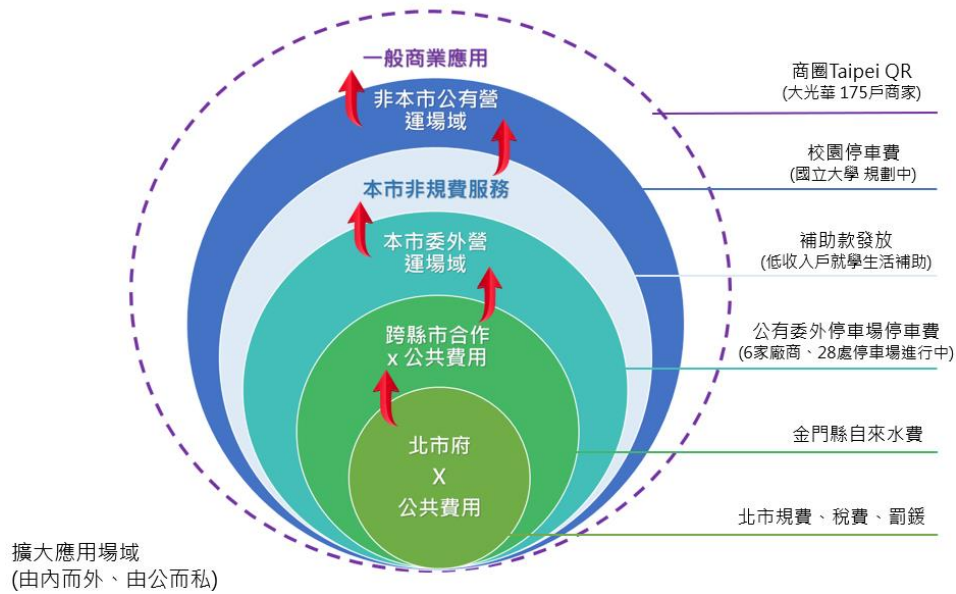


圖 13 持續擴大智慧支付服務應用場域

5.1.2 校園：所有費用支付行為均透過悠遊付 /卡支應

本市致力打造智慧校園，以學生全日學習及生活為基礎，規劃校園智慧生活，在現有校校有高速光纖網路、班班獨立無線基地臺、校園 3/1 教室建置大尺寸觸控螢幕、課堂中每生一行動載具及建構串接學習與行政資源的親師生平臺等軟硬體建設外，尚需要結合雲端技術、物聯網科技、AI 人工智慧等，打造智慧化未來校園，激發學生對未來生活的想像，以掌握科技脈動的先機，並且有效帶動資通訊周邊產業的發展。

以北一女智慧校園 4.0 為例，推動項目包含校園電子支付，增建「智慧保健系統」、「智慧點餐系統電子支付」、冷氣儲值系統等，其中多個項目都與電子支付密不可分，校園電子支付與學生生活息息相關，是展現學生良好資訊科技素養的表徵，更是智慧校園成功發展的關鍵項目，因此後疫情時代要加強推動校園無現金交易，並鼓勵學生及家長運用電子支付工具繳納學雜費、社團報名費、營養午餐等校園生活費用，減少現金接觸與流動，在學生時期即以成為新世代公民做好準備。

各校應建立 e 化推動小組，徵詢或考量親師生 e 化所需服務，由下而上產出智慧校園的行動方針，例如北一女中率先導入最受學生期待的「智慧點餐系統電子支

付」，這項服務是由學生班聯會提案，為解決學校周遭熱食店家較少、便利商店較遠、學校熱食部點餐大排長龍及用餐時間外送餐點交通大量聚集的問題，學校融合數位治理概念，為學生建置點餐系統，可提前向學校熱食部預約午餐，並且能透過悠遊付或數位學生證悠遊卡付費，省下長期以來排隊等餐付款的時間，該系統正是學校 e 化推動小組運用資訊科技解決校園實際需求的良好範例。

智慧校園 4.0 計畫以學生全日學習及生活為基礎，以「無現金、省人力、減流程、增效率」為目標，由下而上組成核心團隊，規劃智慧校園生活，試辦學校將以智慧校園 6i (智慧學習、智慧社群、智慧行政、智慧保健、智慧綠能、智慧管理) 為核心擇定 1 至 3 項試辦項目，包含智慧點餐系統、冷氣儲值卡自動充值機、智慧圖書館、智慧班牌、空間預約系統、智慧保健系統等，預計於 110 年至少 10 校完成，至 111 年本市高職全面完成智慧校園 4.0 計畫。

5.1.3 大眾運輸/停車場

(1) 路外停車場繳費機提供行動 APP 繳費服務

推廣非現金支付、打造無現金城市係本府重要之政策目標，又隨著疫情的來臨提升了民眾使用非現金支付的誘因，可避免臨櫃現金繳費的實體接觸，降低病毒傳染風險；本市停管處為使民眾停車繳費更便利，乃提供可在停車場繳費機使用現金、悠遊卡及行動支付等多元支付繳納停車費的服務。109 年已完成 28 處公有自營停車場建置多元支付繳費機，後續將持續於本市自營及委外公有停車場建置提供該項服務。

- 執行單位：停車管理工程處
- 預算及關鍵績效指標：預算，110 年 3,040 萬元，111 年，無；關鍵績效指標，110 年目標值：累計 66 場，111 年目標值：累計 103 場。

(2) 客運智慧票證行動 APP 整合系統

本市公共運輸處因應疫情及降低搭乘國道客運乘客購票接觸感染的風險，乃協助業者提升客運購票便利性，鼓勵客運業者研發智慧票證行動支付 APP 系統，目前已由臺北轉運站業者自行開發整合現行國道客運業者 (統聯客運、和欣客運、國光客

運、阿羅哈客運及葛瑪蘭客運等)票證資訊，讓旅客由手機載具完成購票與登車流程，達成一票到底(整合查、訂、付、取、退、驗)之作業流程，提供旅客24小時線上購票且不用排隊的便民服務，亦降低群聚風險；另系統完整設定功能及完備售票功能，亦有助客運業者強化管理效益。截至109年11月，該APP系統已有超過13萬會員，預計112年該行動支付購票使用率可達5%，未來亦將以此作為範例擴展至其他客運轉運站場域。

- 執行單位：公共運輸處
- 預算及關鍵績效指標：預算，無；關鍵績效指標，112年使用率達5%。

5.1.4 地下街、公有市場及夜市：建置電子交易友善環境

(1) 公有市場、夜市：

- 甲、市場處修正公有市場攤(鋪)位使用契約，將「提供電子支付服務」納入契約，攤商換約時須提供電子支付服務，否則不予續約。夜市部分除配合市集行銷活動持續推廣使用電子支付，另配合「臺北市攤販長期精進計畫」要求納管攤販配合使用電子支付。
- 乙、另請業者對簽約攤商實施教育訓練等輔導措施，提升攤商對電子支付接受度及加強宣導無現金支付優點。
- 丙、於續約場地提供業者現場介紹及申辦服務，提高媒合效率。
- 丁、另請業者提供諸如簡化申辦流程、減收手續費、使用滿額回饋金或合辦行銷推廣活動等條件作為配套措施，以提高攤商使用意願。

(2) 地下街：

市場處轄管台北、站前及龍山寺地下街商場店鋪使用行政契約，和K區地下街商場租任契約已將「提供電子支付設備」納入契約，市場處將不定期派員稽查店家需提供電子支付服務，否則得請求自事實發生日起，依實際違約日數，按每日使用費給予懲罰違約金至改善完成之日止。

- 執行單位：市場處
- 預算及關鍵績效指標：110年編列預算150萬元並配合換約辦理；KPI為夜市

攤販提供電子支付服務達 55%，並續以每年提升 5% 設置率為目標；48 處公有市場攤商 (7,507 攤) 全面提供電子支付服務；地下街店家全數提供電子支付服務。111 年編列預算 150 萬元，KPI 為夜市攤販提供電子支付服務達 80%。112 年編列預算 150 萬元，KPI 為夜市攤販提供電子支付服務達 100%。

5.2 線上市政/里辦數位基礎建設

5.2.1 打造服務型智慧政府

為推動城市數位轉型，達成服務性智慧政府之目標，發展各類電子政務，包含 G2C (政府對市民，Government to Citizen)、G2S (政府對供應商，Government to Supplier)、G2G (政府對政府 Government to Government)、G2B (政府對企業，Government to Business) 等方面之應用。

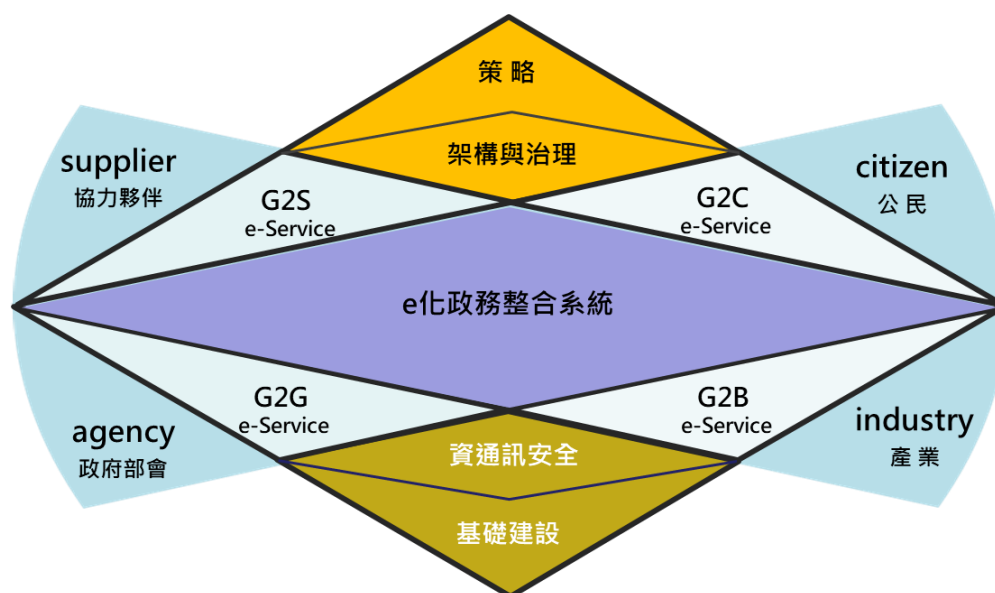


圖 14 臺北市智慧化政府總體架構

(1) G2C (政府對市民) -線上服務整合

甲、單一窗口服務通

為提供市民更簡便、快速的申辦服務，以網路取代馬路，推動各項服務 E 化。以市民服務大平臺為單一窗口，整合各項線上申辦業務及進度查詢。

A、市民申辦在家辦：持續優化市民服務大平臺功能，推動機關各類申請案件採用線上申辦系統處理，減少民眾奔波，並提供民眾單一窗口網站查閱申辦業務資訊、進行線上申辦、線上繳費及查詢申辦進度等，提升申辦業務效率並創造更佳的使用者經驗。另提供民眾臨櫃預約服務，節省民眾親臨機關櫃檯所需之時間成本。

B、服務整合更便利：打造市民服務大平臺為臺北市網路申辦服務窗口，提供友善使用介面與便捷服務，整合案件申請、場地租借、公益廣告、版面租借、申訴、訴願、陳情、國賠等服務，支援多元繳費方式與多重身分驗證方式。

●執行單位：資訊局

●預算及關鍵績效指標：110年預算800萬元，KPI為(可線上完成受理/總案件數) $\times 100\%$ ，目標值92%；111年預算800萬元，KPI目標值92.5%。

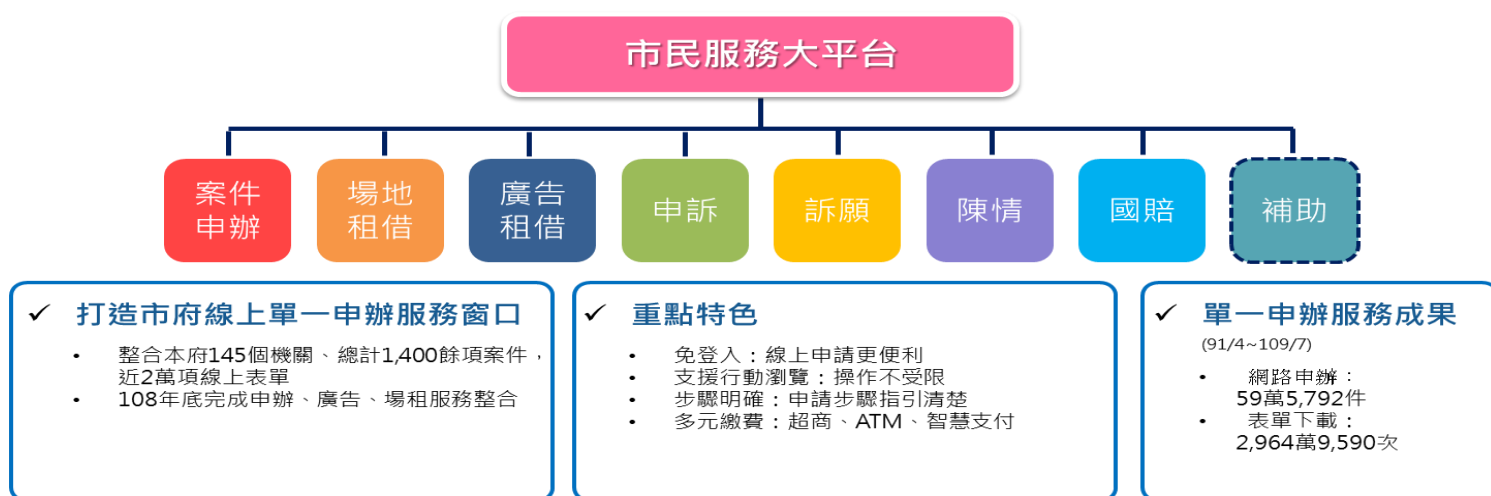


圖 15 市民服務大平台功能及特色說明

乙、數位抽籤透明化

為達公開透明分配公共資源，市府建立數位抽籤 (i-Drawing) 之共通性平台，採用區塊鏈技術，以公開帳本方式，達到所有參與者紀錄不可

竄改、可追蹤、加密安全之目標，運用於停車位、公宅、活動抽獎等，除降低紙本抽籤的人為失誤、行政成本，並實踐無接觸式服務的政策目標。整個抽籤流程以智能合約，加上可驗證隨機數機制作為配套，抽籤上鏈的足跡，民眾都可以透過智能合約地址、上鏈時間、Hash 值自行交互檢核，讓抽籤流程從規則公告到結果公佈，都可公開檢驗，使民眾皆能更公平公正的獲得使用公共資源的機會。

- 執行單位：資訊局
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算 15 萬元，KPI 為每年 i-Drawing 舉辦次數，目標值 2；111 年預算 15 萬元，KPI 目標值 4。



圖 16 臺北市區塊鏈抽籤 (i-Drawing)

丙、路外停車場月票線上抽籤

以路外停車場月票線上抽籤為例，本市停管處自 107 年 7 月推動公有停車場月票線上登記及抽籤，並依各停車場狀況檢討抽籤數量；另配合 COVID-19 防疫需要，降低售票期間民眾於相對封閉之停車場空間排隊購票而產生群聚感染風險，自 109 年 2 月起停管處全面針對該處所屬公有自營停車場月票販售，採線上

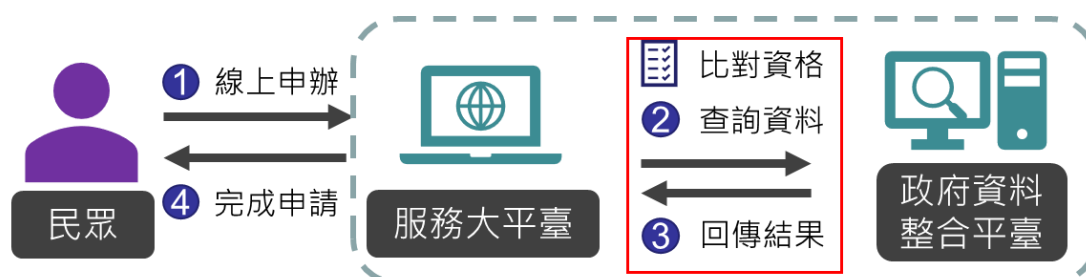
登記及抽籤，並提供線上付款服務，以維民眾健康並減少民眾長時間排隊之不便；另自 109 年 5 月起至 12 月提供民眾若透過 pay.taipei 以智慧支付線上繳納月費，即享有每車號 1 次折扣 300 元優惠，以鼓勵民眾使用智慧支付購買月票，且未來亦將推廣至本市公有停車場全面實施。

- 執行單位：停車管理工程處
- 預算及關鍵績效指標：預算，無；關鍵績效指標，110 年目標值：累計 111 場，111 年目標值：累計 125 場。

(2) G2G (政府對政府) -政府資料整合

為實現線上申辦「免書證免謄本」，推動「政府資料整合平臺」，整合各項民眾申辦常用之政府資料庫，包含戶政(本市)、健保、社福、學籍(本市)、建管、地政、學籍(全國)、工廠、商業、土地使用分區、勞保、消防安檢、財稅、退輔、車籍等，提供承辦同仁辦理人民申請案件業務時，可線上查閱所需查驗之資料，民眾亦無需再提供資料，以減化申辦流程，提昇申辦效率。

- 執行單位：資訊局
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算 100 萬元，KPI 為整合服務個數，目標值 3；111 年預算 100 萬元，KPI 目標值 5。



- 政府查得到的資料民眾不再提供
- 簡化申請表單
- 申辦免書證免謄本

圖 17 政府資料整合平台架構示意及預期效果

(3) G2S (政府對供應商) - 契約文件數位化

本府與具有契約關係之供應商，文件交付常因供應商無電子公文系統，或文件有用印需要而無法以電子化方式交付，為解決此問題，本府建置電子文件服務平台(以下簡稱 MyDOC)，提供與本府往來對象可直接利用 MyDOC 上傳文件，並利用國家發行之憑證，如自然人憑證、工商憑證、組織憑證等憑證對文件進行電子簽章，並將簽章後的文件直接傳送至指定機關，由機關進行後續處理。透過 MyDOC 交換之文件具有完整性與不可否認性之特性，可有效取代過去以紙本郵寄掛號方式將文件送達本府各機關之方式，達到從源頭減少紙本公文附件數量、降低機關紙本文件掃描數位化之負擔，提升公文線上簽核率。目前由資訊局先行與各往來之採購案簽約廠商進行試辦，並預計於 110 年擴大至全府各機關使用。

- 執行單位：本府各局處
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算 500 萬元，KPI 各局處使用 MyDOC 比率，目標值 30%；111 年預算 500 萬元，KPI 目標值 40%。

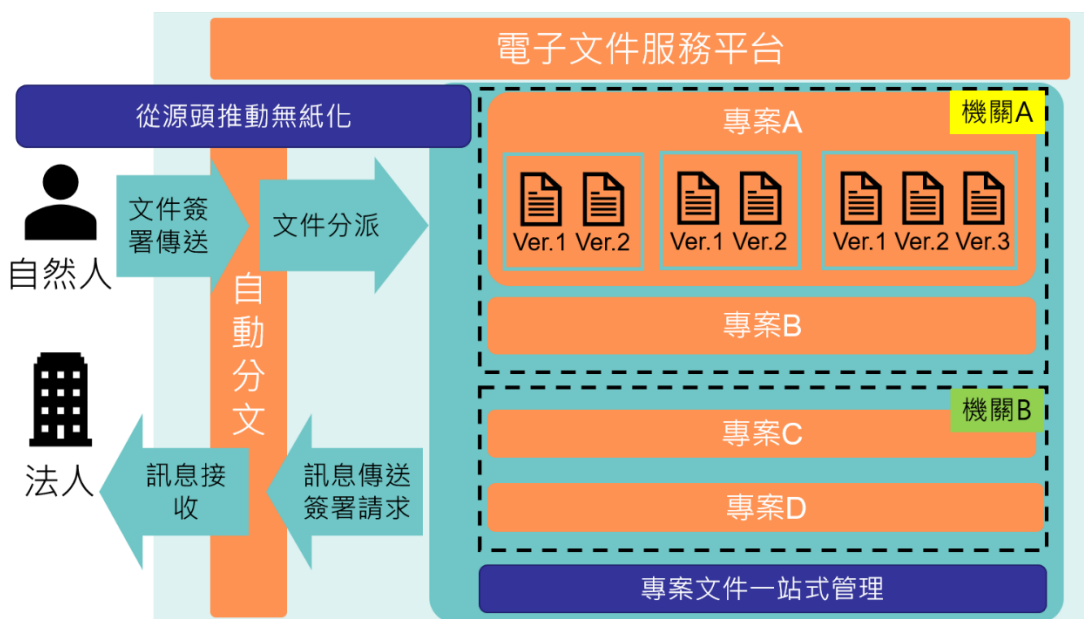


圖 18 MyDoc 系統架構圖

5.2.2 里辦數位基礎建設

市府於 109 年由民政局與資訊局發起里辦數位基礎建設計畫，第一階段共計徵求 19 位有意願的里長擔任數位轉型的先鋒，在 10 月 6 日起開始第一階段的試辦作業，以平板電腦結合智慧型讀卡機，可透過掃瞄身份證、插健保卡、感應台北卡或是掃瞄台北通 QR CODE 等多元機制，完成活動報名、物資領取等作業，取代原本紙本簽單的模式，讓里辦作業更快速，紀錄可稽核，並保留功能擴充的彈性。未來將持續推動，以完成里辦數位基礎建設的佈建，具體作為如下：

- (1) 擴大至各里辦公處使用：在第一階段試辦完成後，透過回饋意見之蒐集，了解軟體系統跟硬體設備需優化之方向，滾動修正改善，並擬定第二階段的擴大時程規劃，預計在 110 年在 456 個里辦公處可提供服務。
- (2) 養成各里辦公處的使用習慣：第一階段 19 個里透過兩場的教育訓練，讓里長跟里幹事熟悉系統操作，在系統的開發上，秉持簡單、快速原則，避免冗長的操作行為，讓行政作業可以更順利，同時建立區公所人員審查各里活動之機制，可完整掌握推動狀況，再者回歸實務需求，調整軟體功能，讓數位化服務走到市政的第一線。
- (3) 持續擴充功能：以目前既有功能做擴充，同步優化使用邏輯，譬如：疫苗接種、中低收入戶物資請領等，服務項目不侷限於單一局處，希望在第一線的終端種下 e 化的種子，讓各局處的業務面能從第一線到府端透通，更容易的貫徹便民服務之相關政策。



圖 19 里辦公室試辦情形



圖 20 里辦數位基礎建設試辦

- 執行單位：資訊局、民政局
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算 300 萬元，KPI 為使用里辦系統之里辦公室數量，目標值 456；111 年預算 300 萬元，KPI 目標值 456。

5.3 場館管理智能化

5.3.1 智能化實聯（名）制

配合中央流行疫情指揮中心所頒布之「防疫新生活運動」及 COVID-19 (新冠肺炎) 防疫措施，建置實聯 (名) 制 APP 系統，臺北市公有場館自 109 年 5 月 18 日起實施實聯 (名) 制登記入場。工作人員僅需透過 APP 掃描民眾申請之 myCode 隨行碼、台北通會員個人 QRCode 或國民身分證，即時將資料上傳並統一加密封存於臺北市政府雲端資料中心，以達成中央實聯 (名) 制之要求。資料保存期限也配合中

央，超過疫調所需的 28 天後即刻刪除，民眾對個人資料保護將可更安心，也減低資安風險，倘若未來政府有疫調需求，由系統可即時取得所需資訊降低大規模疫調衍生之社會成本。利用 APP 快速部署的特性，本市所屬場館無須花費額外的軟硬體成本，節省市府支出預算，工作人員原紙本登記作業亦大幅降低，不僅減紙、也加快現場工作人員作業效率及減少民眾等待時間，目標係透過數位科技及創新思維來解決市民需求，建立與疫情長期共存的新生活模式。

透過實聯（名）制之部署，109 年 8 月初臺北市於小巨蛋舉行解封後的首場大型演唱會，超過一萬多人次進場參與，歌迷朋友配合防疫政策，配戴口罩、進場登記時實聯（名）制以及測量體溫和酒精消毒，新聞登上時代（Time）雜誌，讓世界見證台灣的防疫成效。

- 執行單位：資訊局
- 預算及關鍵績效指標：110 年預算 10 萬元，KPI 為新增之各類公有場館使用實聯（名）制比例 100%；111 年預算 110 年預算 10 萬元，KPI 目標值 100%。

小巨蛋實名制入場：

疫情中全球第一場室內萬人演唱會登上時代雜誌



圖 21 小巨蛋實聯（名）制入場

應用場景一（5.3.1.1）觀光場館結合智能化人流統計

場館實施智慧化人流計算數位技術，透過自動人流統計器即時顯示同一時間場館內的來館人數數量。例如臺北探索館來館民眾遊客、館方人員、現場服務志工等，透過場館出入口之人流統計顯示器，可立即了解精確的參觀人數，並即時配合防疫政策進行人流管制，落實各項防疫政策。

- 執行單位：觀光傳播局 (城市旅遊科)
- 預算及關鍵績效指標：111 年預算 40 萬元 (原公務預算支應)，KPI 為智能人流統計 20 萬人次；111 年 KPI 為智能人流統計 21 萬人次。

應用場景二 (5.3.1.2) 藝文場館

引進場館智能化系統管理設備，協助執行實名制措施及人數管控，降低營運人力負擔。

- 執行單位：文化局 (文化資源科)
- 預算及關鍵績效指標：110 新增編列預算 523 萬元，KPI 為進行 11 館設置；111 年度新增編列預算 896 萬 4,000 元，KPI 為進行 22 館設置。

應用場景三 (5.3.1.3) 運動場館

有鑑於部分公有場館使用多年，功能與硬體設施已不敷未來社會發展使用，運用促進民間參與公共建設法方式加速運動場館硬體更新，並評估老舊場館改建之可行性，以多功能且空間使用立體化方向活化市有資產。透過強化運動場館智能化管理與推動數位化課程，提升民眾使用的便利性，減少非必要接觸，以增進民眾參與意願。則有關開放式運動場地管理與養護之精進方面，本市預計建置收費系統，以強化管理養護設施之資源，及未來預計規劃關於夜間使用相關設施調整，以落實科技化管理之基礎，以期逐步提供符合社會發展且更完善之運動環境。

- 執行方式：

經由強化運動場館智能化管理，提高民眾使用的便利性，以增進民眾參與意願。鼓勵北市委外運動場館業者，針對場館投資融入智能管理，包括利用台北通以掃碼形式，於健身器材運動時紀錄相關數據至台北通個人帳號，可透過大數據資訊進行運動健康管理及追蹤器材使用情形。另透過即時人流顯示管控、無現金支付工具與掃碼入場等方式，透過後疫情時代將運動場館轉型為數位智能場館。

● 預算及關鍵績效指標：

- (1) 110年達成17處場館，完成場館顯示即時人流資訊及提供無現金支付消費等服務。1處200萬元，民間單位新增投資預算3,400萬元。
- (2) 111年在完成10處場館，完成場館顯示即時人流資訊及提供無現金支付消費等服務。1處200萬元，民間單位新增投資預算2,000萬元。
- (3) 111年底前4處場館示範點，完成智能化投資。民間單位新增投資預算710萬元。
- (4) 預計於2年內完成開放式場地50處非現金交易收費，利用場地租借系統收取場地使用費。現有預算350萬2,000元。

5.3.2 市級藝文場館再定位與資源調控計畫

臺北市可供藝文活動使用場地計有室內專業演出場地、多功能展演廳、戶外露天展演舞臺、替代性展演空間等，各自有扶植專業團隊發展、創作實驗展演型態、藝術推廣與民眾參與展演等功能。各依定位、設備、功能的不同，應進行適地適性的場地資源調配，以發揮各場地最佳功能。配合臺北表演藝術中心 111 年第四季節目開放申請，自 110 年起由文化局邀集本府所屬劇場相關管理營運單位，針對劇場營運議題與業務整合進行討論，包括各劇場定位與發展方向、聯合行銷、觀眾資料庫分享等，對於劇場管理、技術、節目規劃、公共服務等相關劇場事務導入科技元素，辦理工作坊引進最新觀念，作為未來市級劇場開發線上售票系統、製作技術與節目展演型態多元發展的基礎，為利藝文團隊搜尋合適的專業展演場地，規劃由臺北藝術中心統整臺北市專業劇場場地租借申請平臺，提供申請者劇場場地申請參考，並試辦專業場地聯合審查會議，依申請計畫性質篩選媒合適合的展演地點，統一調度藝文場館檔期資源。

- (1) 配合北藝中心開幕規劃劇場串連行銷聯盟，協助各級劇場重新定位，建立劇場品牌。
- (2) 支持各藝文場館，研議建立「院線」組織，合理分配、調度空間與檔期，促成劇場分級。

(3) 依各劇場定位，整合劇團節目，串連行銷。

(4) 建立「轉介」模式，引導非專業性演出至大會堂型態的展演空間。

- 執行單位：文化局（藝術發展科）
- 預算及關鍵績效指標：110-111 年度每年新增預算編列各 50 萬元，關鍵績效指標為執行每年一場業務交流會議與工作坊，以及「臺北市市級劇場整合協定（暫名）」一式，初期試辦專業場地聯合行銷、審查會議，供市級劇場院線依循。

5.4 通訊診療

5.4.1 結合居家診療，發展通訊診療

因應臺灣高齡化社會的來臨，在宅醫療需求快速增加，加上資通訊技術進步與物聯網時代來臨，遠距醫療已是多數國家之發展趨勢。為改善國內山地、離島、偏僻地區民眾及長期照顧服務機構病人之醫療可近性，強化急性住院病人出院返家後之追蹤照護及在宅醫療之照護品質，衛生福利部 107 年發布「通訊診察治療辦法」，放寬遠距醫療之照護對象與模式，為我國醫療發展的重要里程碑。

臺北市擁有 10 家醫學中心、7 家區域醫院及 19 家地區醫院，共計 36 家醫院，約有 3,657 家診所，執業西醫師約 1 萬 1,324 名、中醫師約 1,034 名及牙醫師約 3,454 名。所轄區域內未有衛福部公告之山地及偏遠地區，但獨居者、長者或身心障礙者之醫療可近性仍有提升空間，推行通訊診療可降低病情穩定但需頻繁就醫追蹤者之就醫障礙，以減少交通或行動不便造成的阻礙。

執行規劃：

- 執行單位：衛生局及經臺北市核准通訊診療實施計畫之醫療機構。
- 推動期程：110~112 年。
- 關鍵績效指標：輔導臺北市醫療機構辦理通訊診療服務，每年增加 2 家通訊診療服務醫療機構。
- 預算：由本局既有年度預算支應，17 萬 2,200 元（3 年）。

5.4.2 建構社區整合式健康照護網絡

隨著老年人口增加，所伴隨之醫療照護需求亦增加等問題，衛生局積極配合衛生福利部所推行的：落實分級醫療，強化醫療機構間合作機制、建立以人為中心，社區基礎的健康照護服務模式、預防保健、社區失能病人之居家照護、末期病人居家安寧療護、居家藥事服務等公衛服務，中央健康保險署策略聯盟、減少照護機構住民至醫療機構就醫方案等，加強基層醫療機構、長照等機構與醫院之連結、推動，以提供市民適切醫療照護與轉介資源服務，結合社區資源並和基層醫師合作，提供以病人為中心之整合照護，發展在地化居家醫療服務模式，提供民眾更健全、更周詳的醫療照護。

執行規劃：

- 執行單位：衛生局
- 預算及關鍵績效指標：110-112年，每年由年度預算支應943萬7,000元，關鍵績效指標為醫院與基層診所每季轉診件數，計3萬6,903件。

附錄 臺北市後疫情時代產業數位轉型政策行動方案總表

一、數位基礎建設

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
1.1 台北通	1.1.1 卡證服務整合	府內所發實體卡證虛擬化，對外服務網站採台北通會員登入。	110年：1,000萬元 111年：1,000萬元	(1) 台北通服務整合達成率：實際整合服務數達成率為100% (2) 109年公共費用介接項為4項	(1) 台北通服務整合達成率：實際整合服務數/新增整合10項服務*100%。 110年：50% 111年：100% (2) 公共費用介接項目數 110年：6個 111年：10個	資訊局
	1.1.2 市政服務訊息	台北通結合訂閱、公告及推播功能，把市府訊息提供給民眾。	110年：300萬元 111年：300萬元	公告功能已完成，推播功能優化中。	府內活動公告申請於台北通發佈案數完成率：100%	資訊局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
			萬元			
	1.1.3.優惠一手掌握	結合行銷資源，同時整合公有場館提供台北通優惠。	110年：450萬元 111年：450萬元	109年為450家合作優惠商家。	110年：優惠商家及場館數，目標值500個 111年：550個	資訊局
1.2 5G 建設	1.2.1 5G 智慧桿基礎建設	整合建立臺北市 5G 智慧桿之規範，並開放場域驗證示範	110年：無（由試辦廠商負擔經費） 111年：視試辦成效編列預算	無	建立 5G 智慧桿之規範及開放場域驗證	資訊局、交通局、工務局公園路燈工程管理處
	1.2.2 開放 5G 試驗場域	以醫療專網、行政專網、城市網格三類專網應用為主題，與業者合作展開試辦計畫	110年：無（由試辦廠商負擔經費） 111年：視試辦成效編列預算	無	110年：每年 5G 場域試辦計畫數，目標值 3 個 111年：5 個	資訊局、臺北市立聯合醫院、交通局、公運處

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
	1.2.3 打造城市 開放創新實驗室	透過本府「智慧城市 1+7 領域」， 公告徵求廠商 PoC 試辦專案，以 創新應用實證推動臺北市智慧城 市的發展	110 年：355 萬元 111 年：355 萬 元	智慧城市創新 應用每年完成 實證數，目標 值 10 個	110 年：智慧城市 創新應用每年完成 實證數，目標值 10 個 111 年：10 個	資訊局
1.3 大數據中心	1.3.1 推動開放 資料增進施政透 明	以臺北市資料大平台提供政府開 放資料，使開放資料單一窗口、 提升開放資料之質與量	110 年：400 萬元 111 年：400 萬元	開放資料集使 用數量 4 億 2,000 萬次	110 年：開放資料 集使用數量，目標 值 5 億 5,000 萬次 111 年：5 億 8,000 萬次	資訊局
	1.3.2 大數據應 用服務	以府級視野建立市政儀表板，及 各類應用情境深度分析，以輔助 市政決策	110 年：600 萬元 111 年： 200 萬元	目前無指標	110 年：每年大數 據分析專案個數， 目標值 3 個 111 年：4 個	資訊局
1.4 Taipei Free 熱點焦點覆蓋	1.4.1 提供安全 的數位服務環境	以民眾等候區、服務區進行焦點 覆蓋，並依使用情形滾動調整。	110 年：3,261 萬元	(已佈署場域 /總場域數)	110 年：(已佈署 場域/總場域數)	資訊局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
	(1) 於為民服務公有場域進行 Taipei Free 熱點焦點覆蓋 (如區政中心、圖書館、藝文場館及運動場館)		111 年 : 3,261 萬元	x100% 達 70%	x100% · 目標值 80% 111 年 : 100%	
	(2) 於公共運輸場域進行 Taipei Free 熱點焦點覆蓋 (如智慧候車亭、公有停車場、捷運站)	以民眾等候區、服務區進行焦點覆蓋，並依使用情形滾動調整。	110 年 : 2,400 萬元 (捷運公司 437 萬，資訊局 1,963 萬元) 111 年 : 2,460 萬元 (捷運公司 497 萬，資訊局 1,963 萬	(已佈署場域 / 總場域數) x100% 達 90%	110 年 : (已佈署場域 / 總場域數) x100% · 目標值 100% 111 年 : 100%	資訊局、公運處、捷運公司

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
			元)			
	(3)其他依場域 主管機關需求進 行 Taipei Free 熱 點焦點覆蓋(如 防災公園、聯合 醫院、地下街、公 有市場、觀光景 點)或使用可替 代之網路服務	以民眾等候區、服務區進行焦點 覆蓋，並依使用情形滾動調整。	110年：1,912 萬元 111年：2,646 萬元(市場處 734萬元，資 訊局 1,912萬 元)	(已佈署場域 /總場域數) x100% 達 50%	110年：(已佈署 場域/總場域數) x100%，目標值 60% 111年：80%	資訊局、民政局、 市場處、捷運公 司、各場域主管機 關

二、數位人才培育

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
2.1 企業數位應用人才培育	2.1.1 培育商圈店家數位轉型人才	藉由教育訓練培訓商家認識產業新趨勢，進而提升 E 化應用意願，強化創新意識及轉型能量，以增進商圈經營優勢與競爭力，期許本市中小企業結合自身經驗與數位工具，創造出順應趨勢的商業模式。	110、111、112 年：780 萬元（「臺北市商圈盤點輔導暨 E 化應用」委託專業執行服務案採總包價法委外執行之其中 8 萬元）	已於 109 年 6 月至 11 月開設新零售商業服務介紹、社群媒體行銷、數位行銷工具教程、熟客經營、直播操作及 O2O 整合行銷等 6 場次商圈 E 化運用培訓課程」，共計 27 處商圈產業夜市組織、	每年至少辦理 3 場次講座或提升經營能力課程，總參與人次至少 100 人次。	商業處

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
				逾 250 人次參與培訓。		
	2.1.2 培育企業數位應用人才 2.1.2.1 商家與學校合作	1.規劃與臺北市商家、中小企業合作，辦理相關課程協助廠商學習並善用數位工具與網路平台拓展業務，及與本市大專院校合作辦理「產業人才接軌課程」，輔導準畢業生考取國際認證與證照，並辦理產業人媒合會，媒合通過考照知學員就業或實習，以加速帶動本市中小企業數位轉型。	110、111、112 年：490 萬（「臺北市中小企業知識學苑系列課程」委託服務案採總包價法委外執行之其中 454 萬元）	109 年辦理 3 梯次產業主題訓練營，共有 140 家次北市商家及中小企業參與；辦理 4 梯次國際認證與證照課程，計有 129 名準畢業生獲得證照。	每年至少辦理 7 梯次數位培育課程，總參與人次至少 240 人次，其中至少協助 80 位學員取得數位程式設計國際認證或證照。	產業發展局
	2.1.3 公私協力引進中央與民間能量，提供不	2.建置技術教學中心	110 年 180 萬元（既有預算）	109 年建置 5 間技術教學中心	110 年提升至 6 間技術教學中心 111 年提升至 7 間	教育局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
	同類型課程符合企業經濟轉型需求 2.1.3.1 建製技術教學中心		111 年 210 萬元 (既有預算) 112 年 210 萬元 (既有預算)		技術教學中心	
	2.1.3.2 推動產學合作	3.產學合作 (微) 課程	110 年 320 萬元 (既有預算) 111 年 400 萬元 (既有預算) 112 年 480 萬元 (既有預算)	109 產學合作開課數量計 68 門課程	110 年提升至 80 門課程 111 年年提升至 100 門課程	

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
2.2 劇場管理人才培育	2.2.1 劇場人才職能發展計畫	<ol style="list-style-type: none"> 1. 支持、協助北藝中心成為劇場專業人力職能開發、訓練與認證基地，建立劇場專業人才庫。 2. 深化、擴大並持續辦理劇場人才升級專業訓練課程，強化新創作技能，整合人才。 	<p>110 年既有預算「補助財團法人台北市文化基金會辦理臺北表演藝術中心經營管理與藝術推廣」項下 30 萬元；</p> <p>111 年每年編列既有預算「補助行政法人臺北表演藝術中心辦理臺北表演藝術中心營運管理（經常門）」項</p>	<p>此為新增計畫，無現況指標。</p>	<p>110 年為培訓種籽教師 10 人；111 年為每年培訓劇場技術人員各 20 人。</p>	<p>文化局、臺北表演藝術中心</p>

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
			下 100 萬元。			
2.3 電競產業人才培育	2.3.1 電競產業教練、裁判及管理人力培訓；辦理特定族群電競體驗活動，擴大產業的參與性	<p>1. 選定臺北市內場地，與中華民國電子競技運動協會、電競戰隊或大專校院合辦電子競技教練、裁判講習課程。</p> <p>2. 選定臺北市內電子競技發展重點學校合作辦理「電競賽事人才培訓班」，結訓後，規劃於臺北市有關賽事平台實習。</p> <p>3. 辦理特定族群電競體驗活動，擴大產業的參與性</p>	<p>109 年：200 萬元</p> <p>110 年：200 萬元</p> <p>111 年：300 萬元</p> <p>110 年：補助 10 萬元</p> <p>111 年：補助 10 萬元。</p>	<p>109 年教練及裁判講習課程各 1 場次、培育 30 位教練及 149 位裁判</p>	<p>110 年至少 100 位電競產業人才</p> <p>111 年累計至少培訓 200 位電競產業人才</p>	體育局

三、產業轉型輔導

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
3.1 在地商家轉型智慧零售	3.1.1 結合商圈組織或社團，協助中小型商家提升電子商務能力	為因應網路新零售時代，增加本市商圈及店家多元行銷管道，促進其運用 E 化科技與實體銷售並進，依商圈特色屬性進行科技運用導入或研發創新行銷模式，與商圈組織共同促進商圈發展，並輔導本市店家發展全通路銷售策略，依店家實際需求及其經營類型，媒合適宜網路平台、協助數位行銷推廣、優化線上或線下販售管道，以整合線上線下資源，提供消費者虛實整合的消費體驗。	110、111、112 年：780 萬元（「臺北市商圈盤點輔導暨 E 化應用」委託專業執行服務案採總包價法委外執行之其中 160 萬元）	1. 刻正輔導八德資訊商圈導入「直播電商」，提升其線上銷售技能，增進商圈經營優勢，另協助臺大公館商圈推出公館點之機制導客，增進商圈營銷管道，導引人潮回流。 2. 刻正輔導本市 7 家店家，依各店家實際	110 年、111 年、112 年：每年選定 2 處商圈進行數位科技導入及輔導至少 6 家店家進行虛實整合行銷。	商業處

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
				需求及屬性，導入 E 化科技，以協助進行多元行銷推廣，形塑店家特色。		
	3.1.2 透過商圈戰情平台，蒐集商圈基礎資料，進行數據分析作為政策推動之依據	為引領臺北商圈 E 化應用，邁向多元化的永續發展，商業處進行兩階段作業。第一階段為基礎資料盤點調查和線上商圈店家分析，首先擷取中央和地方跨局處產經資料，界定商圈街廓範圍，後轉換產經資料為 59 處商業密集區之經濟地理資料，定期自動化蒐集彙整商圈產經資訊，建立視覺化圖表，進而形成商圈健檢	110、111、112 年：780 萬元（「臺北市商圈盤點輔導暨 E 化應用」委託專業執行服務案採總包價法委外執行之其中 60 萬元）	自 109 年起透過直接經濟指標及間接經濟指標盤點調查及分析本市 59 處商業密集區相關資訊，刻正建立「臺北市 59 處商業密集區商圈觀測	110、111、112 年：持續更新商圈戰情室平臺 59 處商業密集區基礎資料數據	商業處

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
		圖表分析並產出商業意涵，同時透過線上問卷與面訪，瞭解商圈分級分類依據與商圈輔導推動需求項目，以建立商圈戰情室。藉由導入資通訊科技，協助商圈提升附加價值。		戰情室平台」。		
3.2 跨境電商與線上拓銷	3.2.1 推動線上經貿拓銷團，媒合國內企業國際買家	為協助本市企業能持續拓展海外市場，幫助企業建置線上展覽專區及產品形象影片專區，邀請本市廠商及國外買主透過零接觸的數位技術進行線上一對一的媒合洽談會，創造採購商機。	現有預算 110、111、112年：900萬元（「臺北市經貿拓銷計畫」委託專業執行服務案採總包價法委外執行之其中450萬元）	109年辦理3場次，徵集101家本市廠商參加，安排542場線上洽談，協助廠商創造新台幣逾16億元商機。	每年至少辦理2場次，徵集逾50家廠商參加，安排300場線上洽談。	產業發展局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
	3.2.2 推動企業運用跨境電商	<p>1. 針對電商平台操作及運營訓練開設人才培訓課程，邀請豐富電商經驗的業師傳授實務作法，透過理論基礎搭配電商平台實務操作雙管齊下，有效落實教學與訂單成果之間的連結，降低企業培訓成本。</p> <p>2. 針對北市及新北市大專院校之學生與外貿企業進行產學合作，透過實際操作以協助北市外貿企業解決其經營跨境電商的困境，並培育跨境電商菁英專才。</p>	110、111、112年：500萬元（「臺北市企業運用跨境電商平台拓銷市場計畫」委託服務案採總包價法委外執行）	<p>1. 每年辦理至少 2 梯次人才培訓課程，合計參與人數至少 60 人次。</p> <p>2. 每年至少完成 30 組企業與學生產學合作。</p>	<p>1. 每年辦理至少 2 梯次企業人才培訓課程，合計至少 50 家次企業完成培訓，並運用跨境電商平台。</p> <p>2. 每年至少完成 30 組企業與學生產學合作。</p>	產業發展局
	3.2.3 推動設置新創育成空間	為提供創業者優質孵化環境，吸引國內外創業家落腳臺北市，臺	各基地均結合民間資源經	109年計有宏匯瑞光廣場	110年：進駐團隊共計 370 家	產業發展局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
	與設備，吸引 創新產業群聚	北市政府積極盤整本市既有及待 活化利用空間，運用公有土地及 既有設施，並結合民間資源與專 業，打造新創基地。全市共規劃 22 處創新產業基地，總樓地板逾 60 萬平方公尺，109 年底止已啟用 14 處創新產業基地。	營，故無編列 預算。	(t.Hub)、台 北製造所 POPOP Taipei、N24 台北方舟 ARK.TPE 及傳 智學院 MISA Academy 等 4 處新創基地啟 用營運，累計 14 處正式營運 的新創基地， 總樓地板面積 162,403 平方 公尺，109 年 進駐團隊共	111 年：進駐團隊共 計 400 家 112 年：進駐團隊共 計 450 家	

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
				333 家。		
3.3 智慧交通	3.3.1 推動智慧停車系統 3.3.1.1 軟體建置服務-提供停車場 3A 智慧服務	汽機車全面車牌自動辨識，提供「自動辨識」、「自動開啟閘門」、「自動扣款」之 3A 智慧進出服務。	110 年：1,520 萬元 111 年：無	109 年實際值： 停管處停車場累計 50 場 捷運公司停車場累計 2 場	110 年目標值： 停管處停車場累計 103 場 捷運公司停車場累計 10 場 111 年目標值： 停管處停車場累計 111 場 捷運公司停車場累計 14 場	停管處
	3.3.1.2 硬體建置服務-建置機車路外停車格位	未來在評估路外公有停車場興建時，將納入周邊機車停車供需作為規劃分析汽機車停車空間配置比例依循，逐步將機車停車供給	納入停車場新建工程辦理	無	110 年：新增 275 格 111 年：新增 56 格	停管處

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
		路外化目標。				
	3.3.2 充電格位即時資訊查詢	為提供更便民之服務於 109 年設置「充電格位智慧化管理系統」有效管理充電格位，規劃以充電格位實際停放情形發布於「北市好停車 APP」，提供更精確之充電格位使用資訊	無	預計 110 年 3 月上線	110 年目標值：各停車場充電格位即時資訊上線啟用。	停管處
	3.3.3 輔導共享運具與公共運輸結合，強化最後一哩路服務 3.3.3.1 輔導共享機車與公共運輸結合	疫情期間為鼓勵民眾以共享運具做為連結住家到大眾運輸場站的接駁工具，規劃透過共同支付管道以定期票加價購共享機車提供優惠方案。	110 年：1,000 萬元 111 年：1,000 萬元 112 年：1,000 萬元	補助優惠方案 人次數 (公式：每年補助人次數/年)	110 年目標值：50,000 人次 111 年目標值：50,000 人次 112 年目標值：50,000 人次	交通局 (運管科)
	3.3.3.2 輔導停	北市好停車 APP 介接停管處、本	190 萬元	109 年實際值：	110 年目標值：累計	停管處

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
	車場業者提供即時停車資訊	市機關學校以及民營停車場即時資訊，提供民眾便利查即時停車格位資訊服務。		累計提供 416 場即時資訊	提供 430 場即時資訊	
	3.3.4 於車站電視告示系統及台北捷運 GO APP 內即時查詢「車廂擁擠度及時告知功能」，提醒使用者可自動移動至擁擠度較低之車廂	109 年板南線 252 個車廂 110 年更續完成文湖線 (304 個車廂) 淡水信義線 (228 個車廂) 松山新店線 (171 個車廂) 中和新蘆線 (198 個車廂)	109 年：70 萬 5,000 元 110 年：337 萬 3,000 元 (1) 文湖線 170 萬 2,000 元。 (2) 淡水信義線 63 萬 8,000 元。 (3) 松山新店線 47 萬 9,000 元。	109 年完成板南線	110 年 3 月完成文湖線 111 年 3 月完成其餘 3 條路線(淡水信義線、松山新店線、中和新蘆線)	臺北捷運公司

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
			(4) 中和新蘆線 55 萬 4,000 元。 111 年：無 (111 年僅軟體自辦開發，無額外費用)			
3.4 深度旅遊	3.4.1 異業整合，提供商機	本府辦理大型活動（大稻埕情人節、跨年活動及臺北燈節等）將透過遊程結合等方式，讓民眾來參加活動並停留本市。	110 年：175 萬元（原公務預算支應） 111 年：175 萬元（原公務預算支應）	109 年跨年活動已有規劃 5 條遊程	110 年活動結合商圈購物及留宿遊程，每個活動各 3 條； 111 年活動結合商圈購物及留宿遊程，每個活動各 3 條。	觀傳局
	3.4.2 輔導標章 3.4.2.1 安心住宿：輔導業者	訂定旅宿業防疫自主管理檢查（16 項）及優化項目（8 大管理原則，共 35 項），並經本市各相	110 年：85 萬元（原公務預算支應）	此為新增計畫，故無現況指標	110 年輔導 356 家業者。	觀傳局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
	採行政府認證的衛生清潔消毒 SOP 之旅宿，經檢查符合標準	關局處核可建築公安、消防安全、衛生清潔消毒及旅宿管理等工作，確實為北市安心旅宿把關。				
	3.4.2.2 輔導業者取得安全旅遊戳記	為推廣本市 MICE 產業，期建置臺北市安全接待服務鏈機制，輔導協助相關業者加入；並向 WTTC 申請安全旅遊戳記，給前來本市旅遊之遊客有安全安心的旅遊環境，並提升本市 MICE 的競爭力。	110 年：150 萬元 (原公務預算支應) 110 年：95 萬元 (原公務預算支應)	此為新增計畫，故無現況指標	110 年完成本案整體執行計畫及準則之研擬、轉導業者參與之計畫，以及加入 WTTC 「安全旅遊戳記 (Safe Travels stamp) 計畫」之先期作業程序，並輔導 30 家業者取得安全旅遊戳記；111 年輔導	觀傳局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
					20 家業者取得安全旅遊戳記家數達。	
	3.4.2.3 穆斯林友善景點暨住宿輔導	輔導本市景點及旅宿業取得穆斯林友善認證，並執行認證效期內之查核，提供穆斯林旅客來臺北有更多旅遊及住宿選擇。	111 年預算 150 萬元 (原公務預算支應)	穆斯林友善景點及旅館有 41 家	111 年穆斯林友善景點及旅館達 50 家。	觀傳局
	3.4.3 獎勵業者規劃送客到臺北之行程計畫	辦理業者熟悉之旅，鼓勵旅行社業者於踩線後上架相關臺北市特色遊程，並實際送客至臺北，以增加本市觀光旅遊人次。	110 年 160 萬元 (原公務預算支應) 111 年 170 萬元 (原公務預算支應)	此為新增計畫，故無現況指標	110 年鼓勵送客業者家數 15 家；111 年鼓勵送客業者家數 20 家。	觀傳局
	3.4.4 應用數位科技發掘目標客群需求，設計觀光主題與	透過 Google 搜尋平臺及臺北旅遊網後臺瀏覽數據為核心，依月份、季節、國家別等維度分析到臺北市旅遊的觀光客之可能喜	110 年：50 萬元 (原公務預算支應) 111 年：50 萬	此為新增計畫，故無現況指標	110 年八種語系各產出 10 項熱門景點；111 年八種語系各產出 10 項熱	觀傳局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
	行銷策略	好，再利用本局經營之社群媒體平台搜集旅客需求，藉此發掘臺北市觀光客群需求，以利未來本市動態規劃各類活動之參考依據。	元（原公務預算支應）		門景點。	
3.5 文化新商機	3.5.1 成立劇場協作平台	<p>1.鼓勵新型態節目研發，依各場館條件擬訂扶植計畫，創造藝文藍海市場。</p> <p>2.啟動科技劇場實驗媒合平臺，引介國際新節目型態持續交流。</p> <p>3.鼓勵北藝中心建置創新製作協製平臺，加速並擴大製作產能。</p> <p>4.配合北藝中心開幕推動創意節目前期輔導平臺，媒合藝文團隊與技術人才共同研發新型態節</p>	<p>第 1~3：110 年編列既有預算「補助行政法人臺北表演藝術中心辦理臺北表演藝術中心營運管理（經常門）」項下為 50 萬元，</p> <p>111 年編列既有預算「補助</p>	此為新增計畫，無現況指標。	<p>1-3.110 年成立「協製平台」規劃設計一式，111 年完成一案創意節目媒合輔導。111 年完成一案創意節目媒合輔導。</p> <p>4.110-111 年為每年辦理 1 場跨領域數位節目製作論壇（含線上）</p>	文化局、臺北表演藝術中心

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
		目。	行政法人臺北表演藝術中心辦理臺北表演藝術中心營運管理(經常門)」項下每年200萬元。 項4：110-112 每年既有預算「補助行政法人臺北表演藝術中心辦理臺北表演藝術中心營運管理(經常門)」項下「亞洲當代			

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
			表演網絡集會」(亞當計畫) 50 萬元			
	3.5.2 培育藝文產業全方位 IP 產業鏈虛實整合實驗模式	1. 辦理藝文產業國際論壇及交易媒合會。 2. 辦理藝文產業輔導轉型工作坊。	110-111 年度每年新增編列預算各為 400 萬元。	臺北市電影委員會 107-108 年辦理台北影視音人才媒合會，促成近 550 場的會談，媒合成功率高達 88%。	每年各辦理 1 場 IP 產業鏈的虛實整合體驗模式案例分享國際論壇(含媒合會及工作坊)	文化局
	3.5.3 街頭藝人及演藝團體服務數位化	推動街頭藝人及演藝團體證照線上申請，以及其他管理與服務之數位化。	110 年度新增預算 200 萬元。	現行非全程線上申請	111 年完成街頭藝人及演藝團體線上申請平台	文化局
3.6 新興勞工權益	3.6.1 針對「居家辦公」之工	1、辦理居家辦公情形調查 2、辦理勞條健檢師入場輔導	現有公務預算		1、110 年 1~6 月完成陪同鑑定人員	勞動局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
	作型態之業者，先辦理「勞條健檢師」輔導作為，嗣後進行陪同鑑定專案勞動檢查，確保勞工權益。	3、辦理專案檢查			名單。 2、110年7~12月針對企業進行勞條健檢師輔導。 3、111年1~12月進行陪同鑑定專案檢查。 4、110~111年完成2場次專家座談會。	
	3.6.2 建置線上勞動法令學習資源，並定期更新資訊	建置線上勞動法令學習資源，並定期更新資訊	現有公務預算		110~111年：更新官網 HOW 老闆專區 8 次。	勞動局
	3.6.3 修訂「臺北市外送平台	(1) 函詢相關局處提供修法意見。	現有公務預算 (2 萬元)		(1) 110年：於4月底前完成意見蒐	勞動局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
	業者管理自治條例」·強化外送員及外送平台業者之責任義務與職業安全、交通安全及食品衛生安全保障	<p>(2) 邀集各外送業者、相關外送員工會及保險業者提供實務意見。</p> <p>(3) 簽擬修正草案送法務局審議。</p> <p>(3) 依法務局審議意見修改後，提送市議會審查。</p>			<p>集。</p> <p>(2) 110年：於7月底前完成初版修正草案。</p> <p>(3) 110年：於9月底將草案提送本府法務局審議。</p> <p>(4) 110年：於12月底前將修改後之草案，提送本市議會審查。</p>	
	3.6.4 增設限停15分鐘路邊機車格	為改善外送機車違規臨停問題，於外送熱點（商圈、機關學校等）增設限停15分鐘路邊機車格，以有效提升格位停車周轉率。	無	增設限停15分鐘路邊機車格位數 109年	110年增設60格 111年增設60格	停管處

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
				19 處 124 格		

四、宅經濟發展

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
4.1 線上娛樂	4.1.1 大型藝文活動結合運用數位科技體驗	整合市政資源，導入新媒體技術，創造藝文展演數位露出機會。	110-112 年度納入每年「文化設施發展基金補助臺北數位藝術中心辦理數位藝術節活動」預算 30 萬元辦理。	此為新增計畫，無現況指標。	執行一場藝文展演數位演出	文化局
	4.1.2 將運動賽事運用數位科技，進行轉播或設計互動模式	規劃於運動賽事運用數位科技，進行轉播或設計互動模式（AR 或 VR）（基礎建設包含環場 LED、電視更新及資訊公播、高	110 年：場館自行投資（約 1,400 萬元）	目前本市轄管運動場館尚無運用數位科技進行轉播互動	110 年於天母棒球場開幕賽，導入運動賽事運用數位科技，進行轉播或設	體育局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
		速攝影設備，約 1000 萬，Trackman 雷達因只租不賣，5 年費用約 400 萬元。）			計互動模式 AR 或 VR 服務	
	4.1.3 大型觀光活動及本市觀光旅遊景點，結合運用數位科技體驗	於跨年晚會及臺北燈節等大型活動結合數位技術，讓參與活動的民眾可透過現代數位科技感受嶄新的娛樂體驗。	110 年：400 萬元（原公務預算支應） 111 年：400 萬元（原公務預算支應）	此為新增計畫，故無現況指標	110 年數位科技體驗 100 萬人次； 111 年數位科技體驗 120 萬人次。	觀傳局
		建置本市觀光用途之高畫質即時影像，利用臺北旅遊網或影音平臺播送，讓國內外遊客都能利用 2K 以上高畫質即時影像認識本市，讓遊客身歷其境，利於推廣臺北市知名度，亦利旅客安排旅遊行程；另導入	110 年：60 萬元（原公務預算支應） 111 年：200 萬元（新增預算）	此為新增計畫，故無現況指標	110 年即時影像使用次數 6 萬次； 111 年 AR/VR 導入臺北市觀光旅遊景點數目 5 個。	觀傳局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
		AR/VR 技術推廣本市旅遊景點，以行動裝置可體驗觀光。				
	4.1.4 提供優質便利之數位閱讀服務（校園、圖書館、市府大樓及區民活動中心）	充實市圖電子書資源、推廣電子書閱讀	110 年 2,282 萬元（既有預算） 111 年 2,529 萬元（既有預算） 112 年 2,593 萬元（既有預算）	109 年共計有 72,105 種、465,748 冊電子書	110 年起每年提升電子書冊數 1,500 冊	圖書館
4.2 線上學習/智慧校園	4.2.1 公私協力，充實線上教學資源	與民間非營利組織線上教學平臺例如：均一教育平臺、Learn mode 學習吧，合作開發線上學習教材	110 年 2,640 萬元（既有預算） 111 年 1,000 萬元（既有預	109 年新增新課綱教學影片 340 支	110 年新增線上教學影片 492 支 111 年新增線上教學影片 800 支	教育局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
			算) 112年1,000萬元(既有預算)			
	4.2.2 推廣跨校網路選修	辦理高中網路跨校多元選修、加深加廣課程、成立網路實驗學校。	110年342萬元(既有預算) 111年400萬元(既有預算) 112年450萬元(既有預算)	109年共計有10縣市35校參與高中跨校網路選修課程	110年參與校數40校 111年參與校數60校	教育局
	4.2.3 打造虛實整合的親師生的學習平台	結合臺北酷課雲平臺與線上診斷教學題庫，提供教師課堂測驗、診斷教學及補救教學線上	110年406萬元(既有預算)	無	110年完成國小六年級數學科 111年完成國小三	教育局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
	4.2.3.1 運用大數據分析輔助教學	工具。	111 年 300 萬元 (既有預算) 112 年 200 萬元 (既有預算)		年級數學科、國中	
	4.2.3.2 運用科技方式，建立數位生態系統，包括管理課程編排、專用教室使用、智慧保健、學生點名、智慧借書	以酷課雲平台為基礎，發展親師生學習整合平台 APP，提供教學、行政管理、校園生活、社群、活動社團等多項服務，110 年 8 月正式上線。	110 年 3,900 萬元 (既有預算) 111 年 2,900 萬元 (既有預算) 112 年 900 萬元 (既有預算)	無	親師生平台使用校數 110 年：30 校 111 年：100 校	教育局
	4.2.4 降低學習數	推動行動學習學校認證計畫，	110 年 1,210	獲行動學習認	110 年認證 42 校	教育局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
	位落差 4.2.4.1 行動學習 學校認證計畫， 以認證取代評 鑑，運用校際結 盟方式，提升各 校資訊化應用知 能	確保學校教師運用線上學習平 臺 輔助教學提升學生學習成效， 並核予認證通過學校校園資訊 設備優化經費作為獎勵	萬元（既有預 算） 111 年 1,300 萬元（既有預 算） 112 年 1,810 萬元（既有預 算）	證校數 29 校	111 年認證 50 校	
	4.2.4.2 智慧教育 輔導小組協助教 師研習	由本市智慧教育輔導小組定期 到校訪視輔導，協助學校解決 推動行動學習遭遇的困難及研 發課程模組	110 年 80 萬元 （既有預算） 111 年 80 萬元 （既有預算） 112 年 80 萬元 （既有預算）	輔導訪視學校 58 校	110 年度輔導訪視 學校累積達 158 校 111 年度輔導訪視 學校累積達 232 校	教育局
	4.2.5 推動 BYOD 建置計畫	由購置學校行動載具改為補助 高中職學生自備載具到校學	110 年 1,000 萬元（新增預	無	110 年補助人數 1 萬人	教育局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
		習，採用部分補助，筆記型電腦每生補助新臺幣 15,000 元，平板電腦每生補助 6,600 元，經濟弱勢學生全額補助藉此降低學校維護成本及避免財產殘值。	算) 111 年 6,000 萬元 (既有預算) 112 年 2 億 (既有預算)		111 年補助人數 2 萬人	
4.3 健康產業	4.3.1 扶植健康產業社區化，建置老人樂活社區 4.3.1.1 運動中心社區化及虛擬健身房	運用鄰里內的空間 (運動中心、社區照護機構或樂齡據點、區/里民活動場所等) 辦理樂齡與身心障礙族群之活動，並運用數位運動科技 (包含 AR 與智能運動裝置) 進行指導。 2 年內辦理 1 區 1 場次社區體適能計畫採數位運動科技連結活動	110 至 111 年：200 萬元/區 112 年：200 萬元/區	109 年試辦 3 處場館辦理數位運動科技課程體驗	110 至 111 年辦理 6 區社區體適能計畫採數位運動科技連結活動 112 年辦理 6 區社區體適能計畫採數位運動科技連結活動	體育局
	4.3.1.2 運動巡迴	2 年內透過運動巡迴指導團，於	現有預算	主動至各場域	1.110-112 年透過	體育局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
	指導團運用簡易型設備提供社區交誼活動	北市各區尋覓地點(社區型的照護機構或樂齡據點、區/里民活動場所、運動場所等)運用簡易型設備(設備使用費可扣敬老卡點數);	110年:332萬5,200元/6區 111年:332萬5,200元/6區 112年:350萬元 111年:規劃首座老人運動據點新增預算:500萬元。	辦理活動宣傳及課程試教,宣傳銀髮族正確運動觀念	運動巡迴指導團模式,於北市各區尋覓外展據點計12處,進行數位化課程或科技體適能或其他專案性計畫,運用簡易型設備,提供運動指導活動,協助樂齡市民與人群接觸機會並推廣合宜運動。 2.111年前規劃首座老人運動據點。	
	4.3.2 提供專業運動產業資訊服務,深耕特定族	1.提供運動場館業與運動服務業公開資訊,呈現本市運動產業聚落。	110年:30萬元 111年:30萬元	109年12月已完成建置運動產業服務平	1.1.110至111年運動產業業者會員數達50家業	體育局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
	群服務	<p>2.系統化紀錄民間場館稽查結果，彙編消費爭議案例，便利民眾使用查詢。</p> <p>3.媒合運動人才資料庫，建置場館會員管理系統、進行運動數據探勘與分析，提供業者與市民法令與行政規則諮詢。</p> <p>4. 規劃本市首座高齡者運動訓練示範據點（一站式服務）</p>	元	台網站，預計 110年2月上 線	者。 2.112年運動產業業者會員數達100家業者。	
	4.3.3 編製運動產業衛星帳及投入產出系統，作為決策基礎資訊	<p>進行運動產業衛星帳及臺北市民運動習慣與需求調查，協助產業進行市場分析與未來發展與轉型策略研擬之參考。</p> <p>本市運動風氣盛行，運動相關產業亦蓬勃發展，惟過去國內針對運動相關產業產值研究，</p>	110、111年： 依公務預算 (475萬元)	本局已於105及106年辦理103及104年運動衛星帳研究，因應行政院主計總處每5年辦理之	111年底前完成編製臺北市運動產業衛星帳及投入產出系統。	體育局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
		均針對全國之資料進行分析討論，並無針對地域性問題加以探討，且無進行專屬臺北市產業關聯分析，亦從未編製本國或本市運動衛星帳。		105 年工業及服務業普查；規劃以 103 年及 104 年運動衛星帳為基礎，進行編製 105 至 106 年臺北市運動衛星帳及建立運動投入產出模型，透過官方統計資訊進行不同產業比較試算，進一步瞭解不同產業之結構及其相		

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
				關程度、本市辦理 2017 年世界大學運動會後之產業動態,建立經濟效益評估模型並分析現有產業發展趨勢、推估提出政策建議。		

五、零接觸服務

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
5.1 智慧支付/ 公有場域無現金支付	5.1.1 公共費用 線上支付	以智慧支付平台串接支付業者及府內公共費用項目，並往公有場館及第三方場域發展。	110 年：900 萬元 111 年：900	公共費用、 稅、罰鍰目前 總計介接 41	支援公有場館數 110 年：2 個 111 年：6 個	資訊局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
			萬元	項·場館數 1 個 (動物園)·第三方合作場域現有 1 個 (大光華商圈)		
	5.1.2 校園：所有費用支付 (包括學雜費、班級費)、校內點餐、購物 (販賣機、Kiosk 機) 等行為均透過悠遊付/卡支應	以臺北市校園單一身分驗證帳號登入學雜費繳費服務系統，即可查詢繳費單，並連結悠遊付 APP、Pay.Taipei、信用卡等多元繳費管道，讓家長不用出門即可完成繳費作業，亦可自行列印或以載具出示繳費單臨櫃、超商繳費、ATM 轉帳。另外課外活動費、課後輔導費、校外教學費用、活動材料費等各式的代收代辦費項目亦能以電子	110 年 954 萬 5,000 元 (既有預算) 111 年 2,200 萬元 (既有預算) 112 年 200 萬元 (既有預算)	109 年學雜費無現金繳費比例 30%	學雜費無現金繳費比例 110 年 40% 111 年 50%	教育局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
		支付				
	5.1.3 大眾運輸/ 停車場 5.1.3.1 路外停車場 繳費機提供行動 APP 繳費服務	路外公有停車場繳費機更換成可提供行動 APP 支付停車費等多元付費功能。	110 年： 3,040 萬元 111 年：無	109 年實際 值：累計 28 場	110 年目標值：累 計 66 場 111 年目標值：累 計 103 場	停管處
	5.1.3.2 客運智慧 票證行動 APP 客運整合系統	研發智慧票證行動支付 APP 工具，整合現行國道客運業者票證資訊，讓旅客由手機載具完成購票與登車流程。	無	無	110~111 年：推 廣實體票證數位 化、增加會員人數 112 年：使用本行 動支付軟體購票之 比率達 5%。	公運處
	5.1.4 地下街、 公有市場及攤 商：建置電子交	公有市場、夜市： 1.市場處修正公有市場攤(鋪)位使用契約，將「提供電子支付服務」	110 年：150 萬元 111 年：150	公有市場：計 42 處、5,166 攤提供電子支	夜市：每季 5%成長 地下街： 110 年：地下街店	市場處

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
	易友善環境	<p>納入契約，攤商換約時須提供電子支付服務，否則不予續約。夜市部分除配合市集行銷活動持續推廣使用電子支付，另配合「臺北市攤販長期精進計畫」要求納管攤販配合使用電子支付。</p> <p>2.另請業者對簽約攤商實施教育訓練等輔導措施，提升攤商對電子支付接受度及加強宣導無現金支付優點。</p> <p>3.於續約場地提供業者現場介紹及申辦服務，提高媒合效率。</p> <p>4.另請業者提供諸如簡化申辦流程、減收手續費、使用滿額回饋金或合辦行銷推廣活動等條件作為配套措施，以提高攤商使用意願。</p>	<p>萬元</p> <p>112年：150萬元</p>	<p>付服務</p> <p>夜市：計 16 處、820 攤提供電子支付服務</p>	<p>家全數提供電子支付服務。</p>	

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
		<p>地下街：</p> <p>市場處轄管台北、站前及龍山寺地下街商場店鋪使用行政契約，和 K 區地下街商場租任契約已將「提供電子支付設備」納入契約，市場處將不定期派員稽查店家需提供電子支付服務，否則得請求自事實發生日起，依實際違約日數，按每日使用費給予懲罰違約金至改善完成之日止。</p>				
5.2 線上市政/里辦數位基礎建設	<p>5.2.1 打造服务型智慧政府</p> <p>(1) G2C 線上服務整合</p> <p>甲、單一窗口服</p>	<p>精進服務大平台服務流程及功能，完善線上申辦體驗。</p>	<p>110 年：800 萬元</p> <p>111 年：800 萬元</p>	<p>109 年計 1400 項可線上申辦之業務。</p>	<p>110 年：(可線上完成受理/總案件數) x100%，目標值 92%</p> <p>111 年：92.5%</p>	資訊局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
	務					
	乙、數位抽籤透明化	結合區塊鏈技術 i-drawing，特過建立共通性的抽籤服務平台，提供府內各局處使用。	110 年：15 萬元 111 年：15 萬 5,000 元	新案，尚無現況指標	110 年：每年 i-Drawing 舉辦次數，目標值 2 111 年：目標值 4	資訊局
	丙、路外停車場月票線上抽籤	節省民眾排隊購票社會成本及現場管理人力成本，提升防疫成效，降低群聚感染風險，本市公有停車場月票販售採線上登記及抽籤，並提供線上付款服務	無	109 年實際值：累計 104 場	110 年目標值：累計 111 場 111 年目標值：累計 125 場	停管處
	(2) G2G 政府資料整合	推動「政府資料整合平臺」，實現線上申辦「免書證免謄本」	110 年：100 萬元 111 年：100 萬元	新案，尚無現況指標	110 年：整合服務個數，目標值 3 111 年：目標值 5	資訊局
	(3) G2S 契約文件數位化	建置電子文件服務平台 (MyDOC)，便利供應商之文件	110 年：500 萬元	新案，尚無現況指標	110 年：各局處使用 MyDOC 比率，	本府各局處

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
		交付	111年：500萬元		目標值 30% 111年：目標值 40%	
	5.2.2 里辦數位基礎建設	建置里辦公室所使用之系統軟體，結合里辦業務。	110年：300萬元 111年：300萬元	109年為第一期試辦，計有19里投入。	110年：使用里辦系統之里辦公室數量，目標值456個 111年：456個	資訊局、民政局
5.3 場館管理智能化	5.3.1 智能實聯(名)制 1.系統建置	推動各類公有場館均實施實聯(名)制	110年：10萬元 111年：10萬元	各類公有場館已實施實聯(名)制者比例100%	新增之各類公有場館使用實聯(名)制比例100%	資訊局及相關場館主管機關
	2.觀光場館	場館實施智慧化人流計算數位技術，透過自動人流統計器即時顯示同一時間場館內的來館人數數量。	110年：40萬元(原公務預算支應)	109年(至11月30日止)台北探索館參觀	110年智能人流統計20萬人次； 111年智能人流統	觀傳局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
				人次 172,518 人次	計 21 萬人次。	
	3.文化場館	引進場館智能化系統管理設備，協助執行實名制措施及人數管控，降低營運人力負擔。	110 年：新增 編列預算 523 萬元 111 年：新增 編列預算 896 萬 4,000 元	109 年持續宣導，110 年將納入績效評核項目。	110 年增加 11 館、111 年增加 22 館設置智能化系統管理設備。	文化局
	4.體育場館	透過場館整建與更新，結合本局已開發完成場館租借系統及運動場館預約系統進行智能化管理，建置友善運動環境，達到提升設施設備妥善率與舒適性之目的。 一、2 年內完成完成場館顯示即時人流資訊、提供無現金支付消費等服務。	110 年：200 萬元 / 處 111 年：200 萬元 / 處 112 年：200 萬元 / 處 以上由場館業者自行投資	109 年目前僅有 12 區運動中心有即時人流資訊。	一、110 至 111 年達成 17 處場館，完成場館顯示即時人流資訊及提供無現金支付消費等服務。 二、預計於 2 年內完成開放式場地	體育局

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
		二、擇 4 處場館示範點，進行智能化投資。			50 處非現金交易收費，利用場地租借系統收取場地使用費。 三、112 年在完成 10 處場館，完成場館顯示即時人流資訊及提供無現金支付消費等服務。 四、111 年底前 4 處場館示範點，完成智能化投資。	
	5.3.2 市級藝文空間再定位與資源調控計畫	1. 配合北藝中心開幕規劃劇場串連行銷聯盟，協助各級劇場重新定位，建立劇場品牌。 2. 支持各藝文場館，研議建立	110-112 年度新增預算分年編列各 50 萬元	此為新增預算，無現況指標。	執行一場業務交流會議與工作坊，以及「臺北市市級劇場整合協定（暫	文化局、臺北表演藝術中心

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
		<p>「院線」組織，合理分配、調度空間與檔期，促成劇場分級。</p> <p>3. 依各劇場定位，整合劇團節目，串連行銷。</p> <p>4. 建立「轉介」模式，引導非專業性演出至大會堂型態的展演空間。</p>			名)」一式，初期試辦專業場地聯合行銷、審查會議，供市級劇場院線依循。	
5.4 通訊診療	5.4.1 結合居家診療，發展通訊診療	支持經臺北市核准通訊診療實施計畫之醫療機構，依其核准之病患類別，其各類疾病通訊診療所需工具，評估適用的可靠診斷工具，且經驗證可行性及適當性，建置有用且可行的通訊診療服務模式，解決民眾就醫不便問題，提供其他醫療機構執行參考，向中央主管機關提	由衛生局既有年度預算支應：17萬2,200元（3年）	109年：3家	110年：5家 111年：7家 112年：9家	衛生局及經臺北市核准通訊診療實施計畫之醫療機構

項目	執行策略	實質推動內容	預算	現況指標	未來指標	辦理機關
		出法規修正建議。				
	5.4.2 建構社區 整合式健康照護 網絡	配合衛生福利部政策，加強協助臺北市醫療院所落實推動分級醫療持續整合區域內醫療服務資源，發展跨醫療團隊、社區的醫療照護模式及規劃急性後期醫療照護體系，推廣醫療院所實施電子病歷、電子轉診單，促請醫療院所加入中央健康保險署臺北市策略聯盟團隊、社區醫療群等。	由衛生局既有年度預算支應：2,831 萬 1,000 元 (3 年)	3 萬 6,903 件 /平均每季	110 年：成長 1% 111 年：成長 1% 112 年：成長 1%	臺北市醫療機構