台北市文化局
Department of Cultural Affairs

C組 發展文化多元

文化局(主政)
觀傳局、民政局、勞動局、
原民會、客委會、捷運公司

109年度C組施政成果報告
110年度暨未來兩年重點工作目標

簡報大綱

1 109年度策略地圖C組施政成果報告

- 顧客構面
- 內部流程構面
- 學習成長構面
- 財務構面

2 110年度暨未來兩年C組重點工作目標

壹.109年度執行成果

臺北市政府109年度策略地圖

109.1.14 (提市政會議)

【使命】	【願景】	【核心價值】
為市民服務，替城市創新	成為宜居永續城市	正直誠信、團隊合作、創新卓越、開放共享

策略主題	營造永續環境 A	健全都市發展 B	發展文化多元 C	優化產業勞動 D	強化社會支持 E	打造優質教育 F	精進健康安全 G	精實良善治理 H
策略目標 顧客 C	AC1提升環境品質 AC2建構低碳城市 AC3提升綠色運輸 AC4減少資源耗用	BC1推動宜居城市 BC2實現居住正義 BC3建構智慧生活 BC4加速都市更新	TC1提升滿意的住民、TC2增加快樂的員工、TC3發展協力的企業、TC4促成和諧的府際關係 CC1鼓勵參與多元藝文活動 CC2成為亞洲必遊城市 CC3提升休閒旅遊風氣	DC1促進充分就業 DC2穩健產業發展 DC3完善創業服務及投資環境	EC1 強化弱勢關懷 EC2提升福利服務滿意度 EC3強化新移民社會支持	FC1 提升學生學習成效 FC2 強化市民運動表現	GC1 促進市民健康 GC2營造安全環境	HC1提高公民參與度 HC2強化市民對政策認知度
策略目標 內部流程 P	AP1加強公害防治 AP2建構綠色基礎建設 AP3建設綠色運輸環境 AP4強化治山防洪 AP5打造海綿城市	BP1創造臺北新象 BP2打造安全舒適的基礎建設	CP1友善宗教文化 CP2保存文化資產 CP3行銷臺北國際品牌 CP4推動智慧觀光城市	DP1健全商貿環境 DP2打造創業搖籃 DP3發展重點產業 DP4友善勞動環境 DP5建構職場安全體系	EP1 打造友善生養城市 EP2 推動長青樂齡環境 EP3 深化社福力 EP4完善無障礙交通環境 EP5建構社會安全網絡	FP1 提供優質平價近便的學前教育 FP2升級優化中小學教育 FP3提升多元國際學習環境 FP4 建構安全友善的永續校園 FP5打造運動城市	GP1 精進疫病防治 GP2杜絕毒品危害 GP3強化食品衛生安全 GP4 完善長照安寧 GP5強化社會與交通安全機制 GP6優化緊急救護及防災應變機制	HP1擴大開放資料 HP2確保依法行政 HP3推動全面數位化 HP4提升財政自主
策略目標 學習成長 L	AL1培育優秀人力	BL1培育優秀人力	CL1培育優秀人力	DL1培育優秀人力	EL1培育優秀人力	FL1培育優秀人力 FL2提升場館資訊應用效能	GL1培育優秀人力 GL2型塑當責文化	HL1完成政策導向重要訓練
策略目標 財務 F	AF1提高預算執行效能	BF1覈實編列年度預算 BF2提高預算執行效能	CF1提高預算執行效能	DF1覈實編列年度預算	EF1覈實編列年度預算 EF2提高預算執行效能	FF1提高預算執行效能 FF2開發市政教育及體育經費來源	GF1覈實編列年度預算 GF2提高預算執行效能	HF1致力開闢財源 HF2促進資產有效運用 HF3覈實編列年度預算
分組成員	環保局(主政) 觀傳局、工務局、產業局、教育局、自來水處、交通局、捷運局、財政局、公訓處	都發局(主政) 工務局、地政局、資訊局、自來水處、觀傳局、產業局、社會局、公訓處	文化局(主政) 觀傳局、民政局、原民會、客委會、捷運公司、勞動局	產業局(主政) 勞動局、資訊局	社會局(主政) 勞動局、民政局、交通局、公訓處	教育局(主政) 體育局	衛生局(主政) 警察局、消防局、兵役局、環保局、交通局、教育局、公訓處	研考會(主政) 秘書處、財政局、主計處、人事處、政風處、法務局、公訓處、資訊局、民政局

109年各項KPI達成情形燈號統計表

■ 依本府109年7月27日府授研計字第1093017411號函，本府109年策略地圖目標值因應新冠肺炎疫情，8大分組依據實際狀況進行滾動修訂府級平衡計分卡；修改後目標值由本府109年9月11日府授研計字第1093020468號函通知核定，並已上傳本府公民參與網網站。

KPI / 構面	KPI總數	KPI執行成果(統計至109年12月31日止)			KPI績效燈號(統計至109年12月31日止)				
		已達成109年目標值	未達成109年目標值	尚無相關統計數據	★(優)(KPI總得分>=92.5)	●(良)(92.5>KPI總得分>=84.5)	▲(可)(84.5>KPI總得分>=74.5)	×(差)(KPI總得分<74.5)	?(績效不明)(缺項或無法統計者)
顧客構面	7	4	3	-	-	6	1		
內部流程構面	7	5	2	-	1	6	-		
學習成長構面	3	3	-	-	2	1	-		
財務構面	3	1	2	-	-	3	-		
小計	20	13	7	-	3	16	1		

CC2.2觀光外匯收入：原訂目標值3210億元，依疫情檢討調整為307.28億元，實際達成值241.1億元，本項KPI績效燈號為「可」（83.4分）。

■ 本（C）組關鍵績效指標KPI共20項，績效燈號計有3項優(★)(15%)、16項良(●)(80%)、1項可（▲）(5%)

■ KPI未達成109年目標共7項；包括（1）CC2.2 觀光外匯收入 、（2）CC2.4友善穆斯林景點與友善穆斯林旅館增加家數、（3） CC3.1 來臺北住宿人次成長率 、（4）CP2.1文化空間活化再利用相關計畫之參與人次、（5）CP3.4大型活動參與人次、（6）CF1.1客家文化主題公園預算執行率、（7）CF1.3活動預算執行率等，均因疫情影響導致本市國外旅客、及部份活動或場館之參與人次下降。

壹.109年度執行成果

顧客構面

CC1鼓勵參與藝文多元活動

C組「發展文化多元」各局處包括文化局/民政局/客委會/原民會/勞動局/捷運公司/觀傳局等合作舉辦全市多元藝文活動

文化局：臺北白晝之夜、臺北藝術節、臺北兒童藝術節、臺北藝穗節、臺北電影節、臺北爵士音樂節、及地景公共藝術節。觀傳局：臺北最High新年城、臺北燈節、臺北開齋節暨穆斯林嘉年華。民政局：同志彩虹大遊行、臺北水燈節。勞動局：臺北勞動文史展。客委會：臺北客家義民嘉年華。原民會：娜魯灣文化節。

關鍵績效指標	原109年目標值	疫情調整目標值	109年實際值	達成度(%)	創新度(分)	挑戰度(分)	貢獻度(分)	KPI總得分
CC1.1 活動參與人數總計-辦理文化多元活動（人次）	1,711,300	1,404,500	1,936,569	100	86	90	90	91.5(良)

壹.109年度執行成果

顧客構面

CC2成為亞洲必遊城市

CC2.1 來臺北市外籍旅客近3年重遊臺北市比率，原訂目標值41.5%，依疫情檢討調整為20%，實際達成值20.21%。

精進作為：推展主題式新興旅遊市場(如會展計畫、東南亞國家、LGBTQ+ 、彩虹觀光等)，針對目標族群進行策略性行銷推廣，傳遞「臺北與世界做朋友」之友善訊息。

CC2.2觀光外匯收入，近三年平均為新台幣2,028億元，109年度原訂目標值3,210億元，依疫情檢討調整為307億元，實際達成值241億元(僅為原定目標值之7.5%)。

精進作為：參加海外旅展加強旅遊產品宣傳及推廣，透過異業結合及活動合作增加曝光，邀請當地知名部落客、媒體、旅遊業者或名人至本市踩線宣傳。

關鍵績效指標	原109年目標值	疫情調整目標值	109年實際值	達成度(%)	創新度(分)	挑戰度(分)	貢獻度(分)	KPI總得分
CC2.1 來臺北市外籍旅客近3年重遊臺北市比率（%）	41.5	20	20.21	100	85	85	85	88.8(良)
CC2.2 觀光外匯收入（億元）	3,210	307	232.96 (受疫情影響)	75.81	83	83	83	81.2(可)
CC2.3網紅社群媒體點閱數（次）	500,000	230,000	1,000,000	100	100	75	85	89.5(良)
CC2.4友善穆斯林景點與友善穆斯林旅館增加家數（家數）	15	未調整	14 (受疫情影響)	93.33	80	83	83	84.8(良)

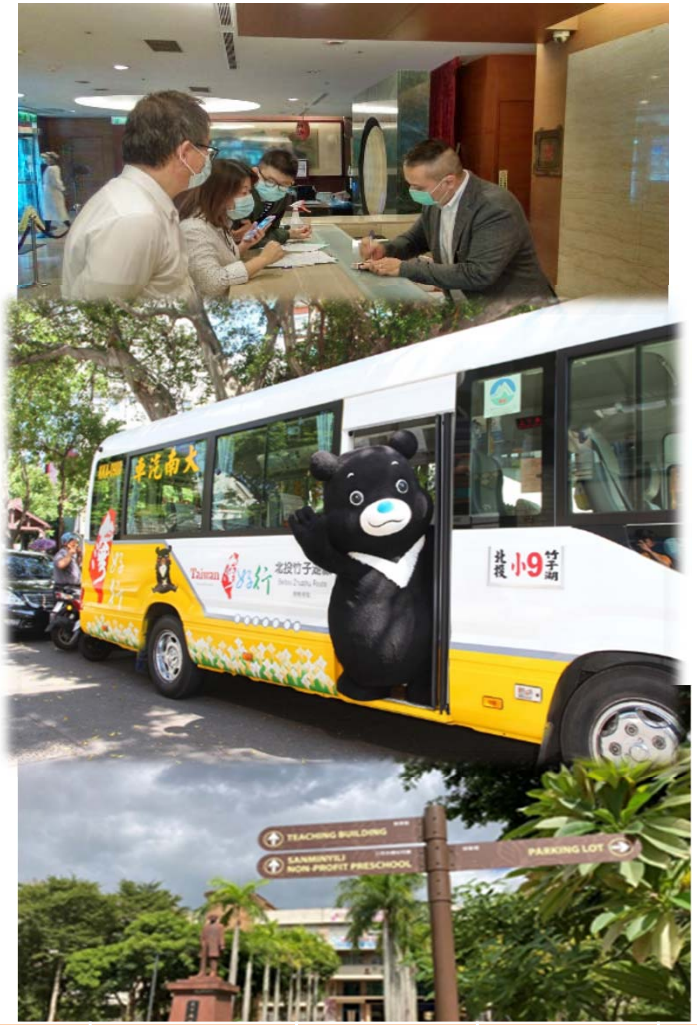
壹.109年度執行成果

顧客構面

CC3提升休閒旅遊風氣

CC3.1 來臺北市住宿人次成長率，109年原訂目標值（逾3800萬人次）為較108年成長10%，惟依疫情檢討調整為-64%，實際達成值則為-64.97%（僅1,335萬餘人次）。

精進作為：
109年起因疫情嚴峻、觀光客較前年減少，截至110年1月15日為止，已擴增至100家防疫旅館，可提供居家檢疫房間數為6,855間，累計接待人數超過4萬人以上，為全國之最。



CC3.2觀光景點旅遊人次，原訂目標值4,820萬人次，依疫情檢討調整為2,940萬人次，實際達成值為2,992萬餘人次（下降37.9%）。

精進作為：
1. 110年已規劃台北加碼GO自由行優惠方案，促進國內及國際旅客住房率，以期帶動本室觀光景點旅遊人次。
2. 持續透過專業輔導團隊輔導達到穆斯林友善環境標準並予以認證，如餐廳、旅館等，以建構友善穆斯林旅遊等國外旅客參訪環境。

關鍵績效指標	原109年目標值	疫情調整目標值	109年實際值	達成度(%)	創新度(分)	挑戰度(分)	貢獻度(分)	KPI總得分
CC3.1 來臺北住宿人次成長率（%）	10	-64	-64.97 (受疫情影響)	99.98	80	90	85	89(良)
CC3.2 觀光景點旅遊人次	48,200,000	29,400,000	32,739,613	100	80	84	85	87.2(良)

CP1友善宗教文化

臺北市香枝紙錢減量及集中燒活動實施計畫

祭拜精緻化 塑造禮俗革新

- 推動各里聯合普度，響應以米代金。
- 輔導寺廟自製紙錢替代方案，109年6月協助木柵集應廟推出「以筆代金」。

關鍵績效指標	原109年目標值	疫情調整目標值	109年實際值	達成度(%)	創新度(分)	挑戰度(分)	貢獻度(分)	KPI總得分
CP1.1寺廟及里辦公處配合以米代金或其他紙錢替代方案比率（配合以米代金或替代方案之寺廟及聯合普渡里辦公處之家數 / 456里）	200里 /43.86%	未調整	236里 /51.75%	100	91	93	85	92.8(優)

CP2保存文化資產

CP2.1 文化空間活化再利用相關計畫之參與人次，**原訂目標值750萬人次，實際達成值438萬餘人次**，因疫情影響導致無圍牆博物館各核心場館、以及各眷村場域、老房子文化資產建物等之入館參觀人次下降。

5+3無圍牆博物館

持續推動無圍牆博物館5+3亮點計畫～

北投溫泉：月琴民謠祭/北投溫泉季。
大稻埕：大稻埕情人節/新文化運動月。
城北廊帶：城北街區藝術計畫/臺北之家電影主題展。
萬華艋舺：青山王祭。
城南臺大：臺北杜鵑花季/寶藏巖光節。

眷村文化節

推動辦理臺北市內各處眷村在地居民與文史團體多方合作～

展覽聚焦中心新村為據點，並延伸至四四南村、嘉禾新村、煥民新村，另能擴及北北基桃各地眷村，規劃辦理展覽、工作坊、導覽、講座、戲劇演出、市集、眷村美食體驗等活動。

老房子文化計畫

首創媒合民間團隊共同參與文化資產保存與活化再利用，修復工程及日常管理維護支出得減免使用費(租金)。
目前共 13 處標的完成修復且營運中，引入民間出資達 2 億 3410 萬餘元；預計於 111 年底前開幕營運標的將達 22 處。

關鍵績效指標	原109年目標值	109年實際值	達成度(%)	創新度(分)	挑戰度(分)	貢獻度(分)	KPI總得分
CP2.1文化空間活化再利用相關計畫之參與人次	7,520,000	4,385,092 (受疫情影響)	58.3	90	95	95	84.6(良)

壹.109年度執行成果

內部流程

CP3行銷臺北國際品牌

國際會議展覽

CP3.2國際會議展覽於本市舉辦參與人數：原訂目標值156,800人次，依疫情檢討調整為3,735人次，實際達成值14,689人次。 109年6月國內MICE產業重啟，下半年觀傳局並提出「因應嚴重特殊傳染性肺炎疫情相關應變方案」，採計視訊會議人數等，本項仍能達成目標。

精進作為：
1、發展MICE專屬品牌
2、加強運用數位行銷
3、提高贊助金額
4、擴大補助項目

國際城市展演活動

109年度因機場關閉、出入境大幅管制，今年僅1場由市長率團出訪歐洲，並由臺北市立交響樂團於1月14日假捷克布拉格市民會館，進行臺北之夜交流演出。

關鍵績效指標	原109年目標值	疫情調整目標值	109年實際值	達成度(%)	創新度(分)	挑戰度(分)	貢獻度(分)	KPI總得分
CP3.1國際會議展覽於本市舉辦參與人數 (人次)	156,800	3,735	14,689	100	85	80	85	87.3(良)
CP3.2 臺北市參與國際城市展演活動場次（場）	13	1	1	100	80	90	85	89(良)

壹.109年度執行成果

內部流程

CP3行銷臺北國際品牌

跨年、燈節、開齋節臺北品牌活動參與

本市大型國際品牌活動精進方向：

110年待疫情趨緩、機場開放出入境後，本組各局處持續合作推動台北國際品牌活動，如臺北跨年、臺北燈節、臺北開齋節、與客家義民嘉年華等，結合本市在地文化、提昇國際知名度與臺北品牌聲量，以帶動參與人潮。

關鍵績效指標	原109年目標值	疫情調整目標值	109年實際值	達成度(%)	創新度(分)	挑戰度(分)	貢獻度(分)	KPI總得分
CP3.3全臺客家產業展售會(累積銷售金額)單位：元	575萬	--	575萬	100	85	83	85	88.2(良)
CP3.4大型活動參與人次	4,690,000	3,180,000	2,872,939（包括2020臺北燈節及臺北跨年等）	90.3	87	88.5	92.5	89.39(良)

壹.109年度執行成果

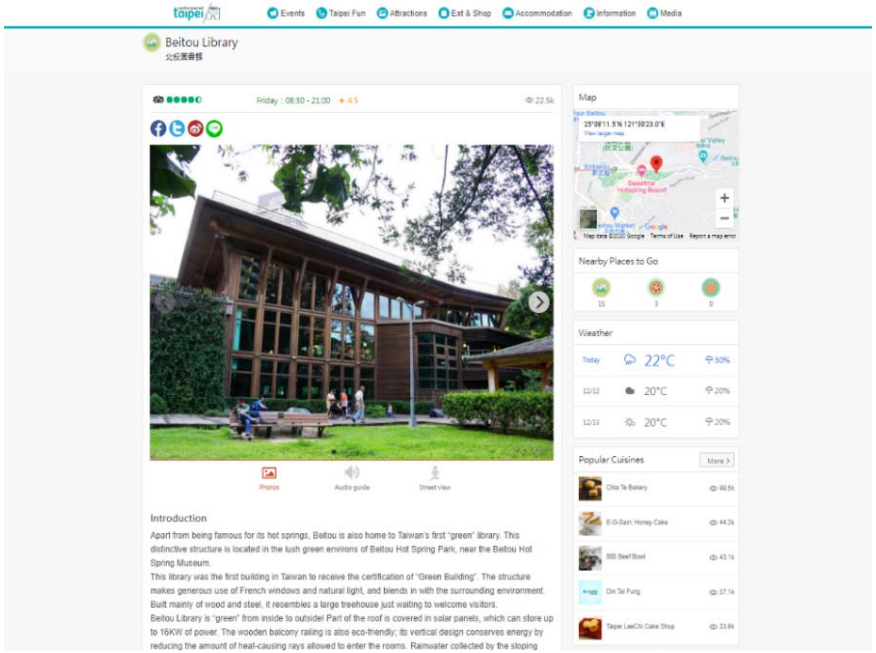
內部流程

CP4推動智慧觀光城市

臺北旅遊網計畫（含英文版景點數擴增計畫）

CP4.1旅遊網站總瀏覽人次大數據統計 :原訂目標值710萬人次，依疫情檢討調整為635萬人次，實際達成值765萬餘人次。

本計畫持續強化臺北旅遊網英文版景點介紹數量，自109年281處(已達成)、將提升到110年337處(增加20%)、111年421處(增加25%)



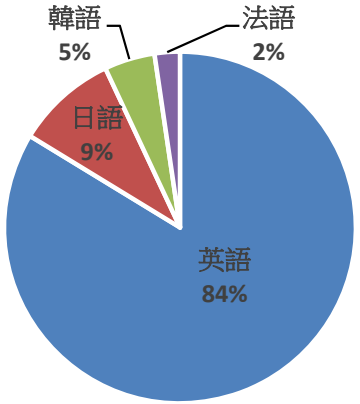
關鍵績效指標	原109年目標值	疫情調整目標值	109年實際值	達成度(%)	創新度(分)	挑戰度(分)	貢獻度(分)	KPI總得分
CP4.1旅遊網站總瀏覽人次大數據統計（點閱人次）	7,100,000	6,350,000	7,650,183	100	90	87	85	90.6(良)

CL1培育優秀人力

本組各局處持續加強推動各項進修成長課程，如文化多元敏感度研習課程、宗教基礎知識研習課程、提升同仁多種語言能力課程等，達成率均達100%，以培育優秀公務人才。

■ 民政局辦理認識多元文化及多元文化敏感度訓練研習班2期。
■ 辦理認識多元性別及同志議題研習班2期。
■ 以上共計222名參訓。

■民政局暨各區公所立案及未立案宗教場所、祭祀公業與神明會承辦人業務研習會。
■臺北市未立案宗教場所土地清查暨宗教團體研習相關業務說明會。
■以上共計138名參加。



文化局109年度預算員額172人，通過外語檢定人數計43人，其中英語檢定36人、日語檢定4人、法語檢定1人及韓語檢定2人；較去年成長1.4%。

關鍵績效指標	原109年目標值	疫情調整目標值	109年實際值	達成度(%)	創新度(分)	挑戰度(分)	貢獻度(分)	KPI總得分
CL1.1多元敏感度研習課程完訓率（%）	97	未調整	100	100	94	90	85	93.5(優)
CL1.2宗教基礎知識研習課程完訓率（%）	97	未調整	98	100	94	90	85	92.5(優)
CL1.3提升同仁多種語言能力（通過外語檢定人數/機關預算員額人數）（%）	24	未調整	24.1	100	80	80	80	85(良)

壹.109年度執行成果

財務構面

CF1提高預算執行效能

109年本組各局處「資本門」預算執行率均能達成目標值；惟受疫情影響導致本市部份場館空間暫停開放，或各項活動取消、延期等，故「經常門」活動等相關預算未能達成目標值執行率，110年將依疫情評估覈實執行。

CF1.1客家文化主題公園預算執行率

原訂目標值95%，依疫情檢討調整為90%，實際達成值89.76%。

CF1.3 活動預算執行率

原訂目標值95%，實際達成值94.38%。

關鍵績效指標	原109年目標值	疫情調整目標值	109年實際值	達成度(%)	創新度(分)	挑戰度(分)	貢獻度(分)	KPI總得分
CF1.1客家文化主題公園預算執行率(%)	95	90	89.76 (受疫情影響)	99.73	85	85	85	88.68(良)
CF1.2本市無圍牆博物館相關預算執行率(%)	95	未調整	96	100	85	85	85	88.8(良)
CF1.3活動預算執行率(%)	95	未調整	94.38 (受疫情影響)	99.3	85	90	85	90.3(良)

簡報大綱

1 109年度C組策略地圖執行成果

2 110年度暨未來兩年C組施政重點工作目標

110年度C組策略地圖修正前後對照表

項目 / 構面	策略目標		KPI		行動方案	
	修訂前	修訂後	修訂前	修訂後	修訂前	修訂後
顧客構面	3	3	7	7	13	13
內部流程構面	4	4	7	8	17	16
學習成長構面	1	1	3	3	4	4
財務構面	1	1	3	2	7	7
合計	9	9	20	20	41	40

註：表格內表示策略目標、KPI及行動方案增減數字，藍色表示增加、紅色表示減少。

■ 110年度府級C組策略地圖滾動式修訂結果：

1. 內部流程構面KPI：新增1項 - CP.4.2 走動式旅遊服務 (觀傳局)
2. 財務構面KPI：刪除1項-CF1.1客家文化主題公園預算執行率（客委會）
   整併1項-CF1.2無圍牆博物館預算執行率、與CF1.3藝文活動預算執行率整併（文化局）
   增加1項-CF1.1活動預算執行率（觀傳局）
3. 整組檢討修訂後策略目標為9項（不變），KPI維持20項（不變），行動方案則調整為40項。

110年發展文化多元C組策略地圖修正方向

【使命】
為市民服務，替城市創新

【願
成為宜居

策略主題		營造永續環境 A	健全都市發展 B	發展文化多元 C	優化產	優質教育 F
策略目標	顧客 C	AC1提升市民對環境滿意度 AC2提升環境品質 AC3建構低碳城市 AC4減少資源耗用	BC1推動宜居城市 BC2建構智慧生活 BC3加速都市更新 BC4提升綠運輸使用率 BC5增進數位機會	TC1提升滿意的住民 CC1鼓勵參與多元藝文活動 CC2成為亞洲必遊城市 CC3提升休閒旅遊風氣	TC2增加 C1促進充 C2穩健產	的府際關係
	內部流程 P	AP1加強公害防治 AP2塑造綠地親水休憩環境 AP3建構友善生態 AP4強化治山防洪 AP5打造海綿城市 AP6打造共享經濟	BP1打造智慧政府 BP2營造優質環境 BP3創造臺北新象 BP4優化綠運輸 BP5完善供水品質 BP6打造安全舒適的基礎建設	CP1友善宗教文化 CP2保存文化資產 CP3行銷臺北國際品牌 CP4推動智慧觀光城市	P1健全商 P2打造創 P3發展重 P4友善就 P5建構職 P6培育優	前教育 小學教育 驗教育 性特教 民運動 身教育 全友善校 化多元學習
	學習成長 L	AL1 培育優秀人力	BL1 培育優秀人力	CL1 培育優秀人力	L1 培育優 L2 提升員能力 L3 型塑當	秀人力 管政策溝 機管 理素 管人員創能力
	財務 F	AF1 覈實編列年度預算 AF2 提高預算執行效能	BF1 覈實編列年度預算 BF2 提高預算執行效能	CF1 提高預算執行效能	F1 覈實編 年度	列年度預 算執行效
分組成員		環保局(主政) 翡管局、工務局、產發局、都發局、教育局、自來水處	都發局(主政) 工務局、交通局、捷運局、捷運公司、地政局、資訊局、都委會、自來水處、環保局、翡管局	文化局(主政) 觀傳局、民政局、勞動局、原民會、客委會、捷運公司	業局(主政 勞動局、兵	化局、公訓 委會

109年度

CC1 鼓勵參與多元藝文活動
CC2 成為亞洲必遊城市
CC3 提升休閒旅遊風氣

CP1 友善宗教文化
CP2 保存文化資產
CP3 行銷臺北國際品牌
CP4 推動智慧觀光城市

CL1 培育優秀人力

CF1 提高預算執行效能

110年度　發展文化多元

顧客構面
策略目標：3項（數量不變）
KPI：7項（數量不變）
行動計畫：13項（數量不變）

內部流程構面
策略目標：4項（數量不變）
KPI：新增1項
CP.4.2 走動式旅遊服務 (觀傳局）
行動計畫：新增1項，刪除2項
新增：CP4.2.1走動式觀光旅遊服務委託專業服務(觀傳局)
刪除：CP3.1.2 編製本市會展相關文宣及推廣品（觀傳局）；CP3.1.3 擬定具吸引力的贊助方案（觀傳局）

學習成長構面
策略目標：1項（數量不變）
KPI：3項（數量不變）
行動計畫：4項（數量不變）

財務構面
策略目標：1項（數量不變）
KPI：刪除暨新增各1項，整併2項
刪除/新增：刪除CF1.1客家文化主題公園預算執行率（客委會）；新增CF1.1活動預算執行率（觀傳局）
整併：CF1.2與CF1.3整併（文化局）
行動計畫：刪1項、新增1項
刪除：CF1.1.1督導客家文化基金會預算執行效能（客委會）
新增：CF1.1.1大型活動提高預算執行效能（觀傳局）

未來兩年6大主題任務 策略地圖

1 品牌臺北

- 臺北最HIGH新年城
- 臺北燈節
- 臺北年貨大街
- 臺北文學季
- 臺北白晝之夜
- 臺北時裝週
- 臺北馬拉松
- 臺北花系列

2 5+3無圍牆博物館

- 北投溫泉季
- 大稻埕情人節
- 城北廊帶捷運出口音樂節
- 城南寶藏巖光節
- 萬華艋舺青山王宮遶境
- 士林北藝藝術三節
- 南港北流聖誕爵音樂慶
- 信義松菸松山文創學園祭

3 文化多元族群共融

- 穆斯林開齋節
- 娜魯灣文化節
- 客家義民嘉年華
- 眷村文化節
- 同志彩虹大遊行
- 新移民水燈節

未來兩年6大主題任務 策略地圖

4 臺北越夜越美麗

- 樂活夜櫻季
- 松菸夜間開放
- 螢火蟲季
- 大稻埕情人節
- 夜市打牙祭
- 臺北流行音樂中心
- 市交音樂季、市國傳統音樂季
- 爵士音樂節

5 MICE會展產業

- 臺北南港展覽館
- 花博公園
- 臺北世貿中心及臺北國際會議中心

6 首都文化景點系列

- 臺北表演藝術中心
- 臺北流行音樂中心
- 小巨蛋暨城市舞台
- 大巨蛋暨松山文創園區

品牌臺北

對應策略目標　CC1、CC2、CC3、CP3、CP4

臺北最HIGH新年城

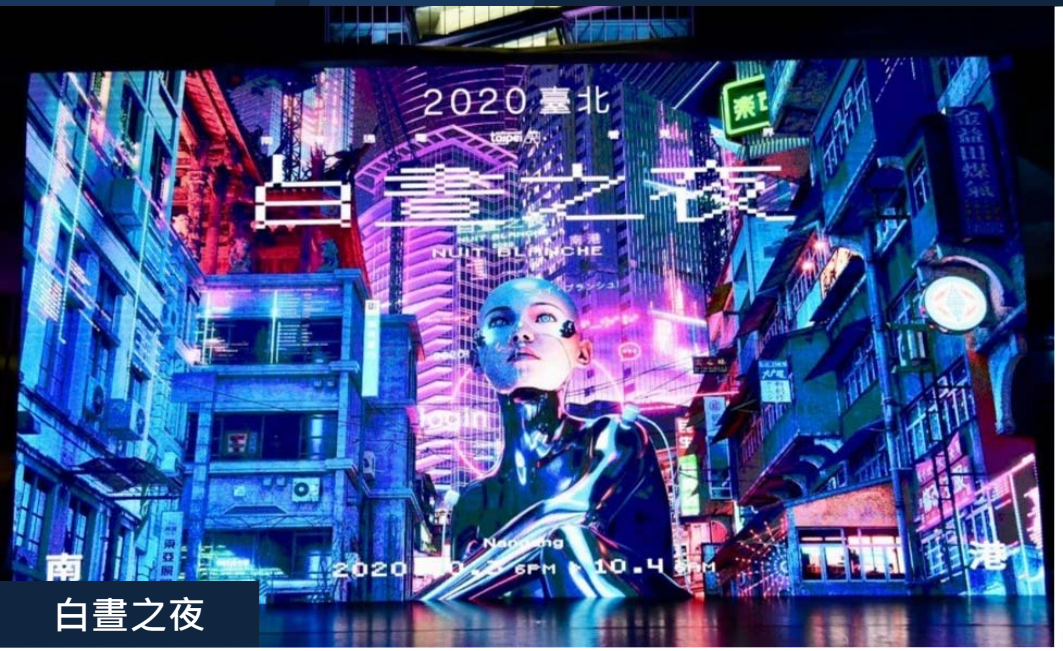
臺北燈節

臺北年貨大街

臺北文學季

品牌臺北

對應策略目標　CC1、CC2、CC3、CP3、CP4



白晝之夜

臺北花系列

臺北馬拉松

臺北時裝週

5+3無圍牆博物館

對應策略目標　CC1、CC2、CP1、CP2、CP3

北投溫泉季

大稻埕情人節

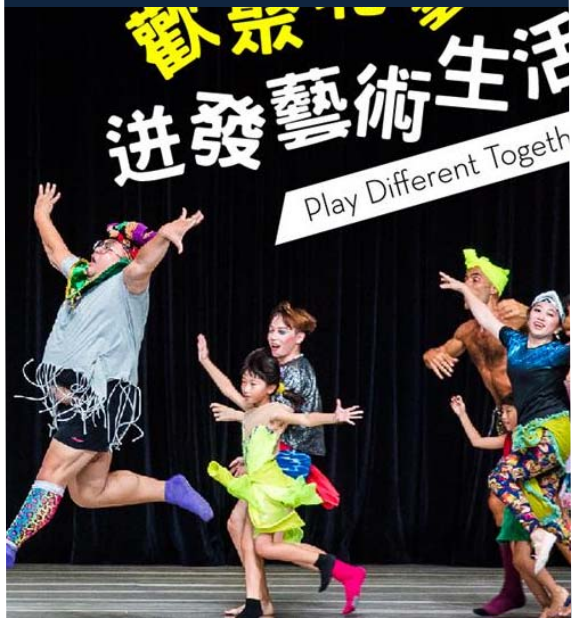
城北廊帶捷運出口音樂節

城南寶藏巖光節

萬華艋舺青山王宮遶境

信義松菸松山文創學園祭

士林北藝藝術三節



南港北流聖誕爵音樂慶

文化多元族群共融

對應策略目標　CC1、CP1、CP2

娜魯灣文化節

客家義民嘉年華

穆斯林開齋節

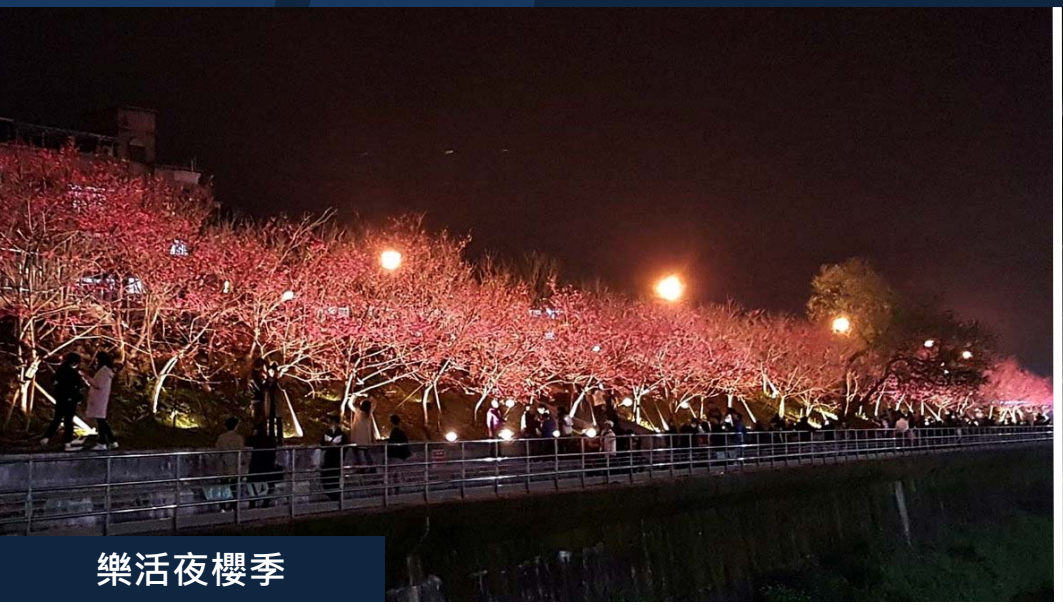
同志彩虹大遊行

眷村文化節

新住民水燈節

臺北越夜越美麗

對應策略目標　CC1、CC2、CP1、CP3、CP4



樂活夜櫻季

螢火蟲季

大稻埕情人節

松菸園區夜間開放

臺北越夜越美麗

對應策略目標　CC1、CC2、CP1、CP3、CP4

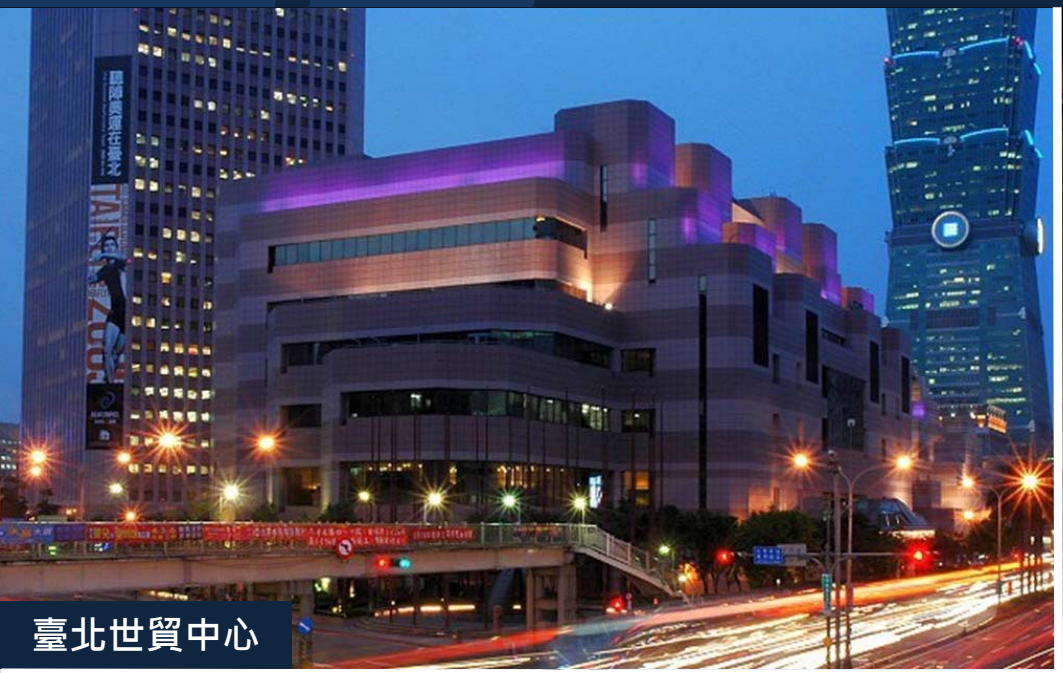
臺北流行音樂中心

市交音樂季、市國傳統音樂季

爵士音樂節

MICE會展產業

對應策略目標　CC2
CP3、CP4


臺北世貿中心

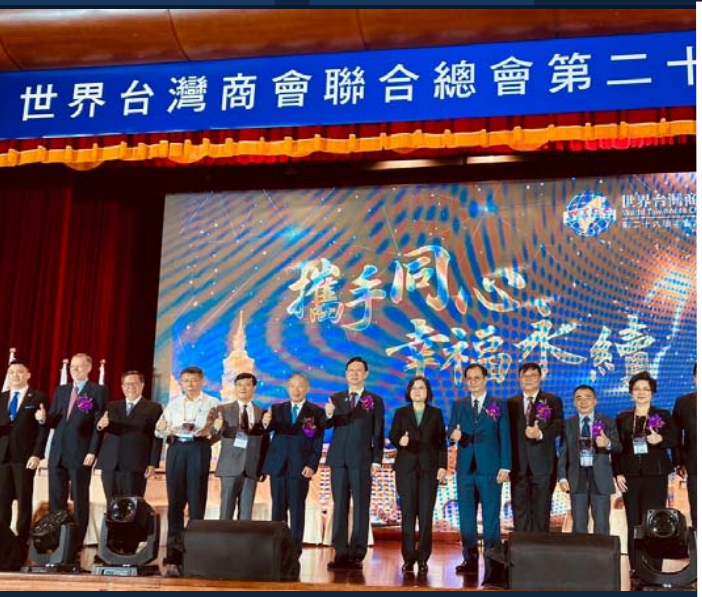
臺北國際會議中心

花博公園

臺北南港展覽館

MICE會展產業

對應策略目標　CC2
CP3、CP4



世界臺灣商會聯合總會

智慧城市線上展

Velo-city Global 全球自行車城市大會

台北當代藝術博覽會

COMPUTEX Taipei　台北國際電腦展

Meet Taipei　創新創業嘉年華

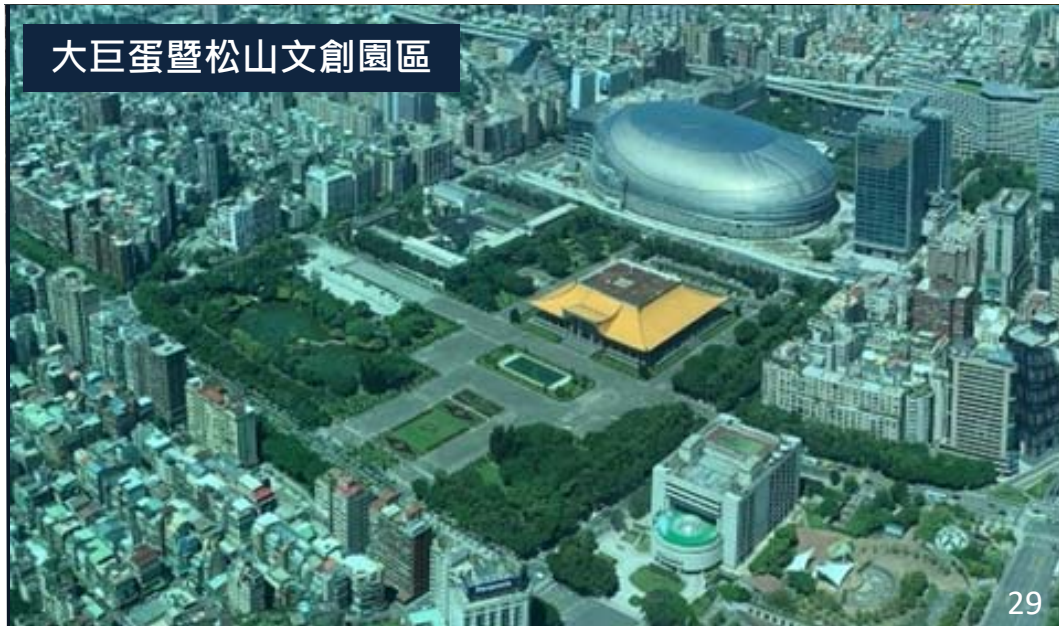
首都文化景點系列

對應策略目標　CP2、CP4、CF1

臺北流行音樂中心

臺北表演藝術中心

小巨蛋暨城市舞台


大巨蛋暨松山文創園區

Thank you
for your
Listening!