

觀光傳播局 100 年度施政成果

- 一、整合行銷本府重要施政
- 二、推廣豐富多元臺北觀光
- 三、編印多元文宣提升發行效益
- 四、營造安全易遊觀光環境
- 五、推展城市觀光深度旅遊
- 六、傳播行政保障民眾權益
- 七、視聽製作與資訊業務推廣
- 八、優質都會廣播多元服務

一、整合行銷本府重要施政

(一) 運用平面及戶外媒體宣傳本府重要施政：

運用海報、捷運燈箱、區公所燈箱及市府外牆等公益管道，以及民間燈箱看板、交通媒體及平面媒體宣傳本府重要施政、重大活動及城市意象。100 年宣傳主題有「預防腸病毒」、「臺北溫泉季」、「反毒」、「防制家庭暴力」、「孔廟新意象」、「青年創業貸款」、「性別平等」、「花博公園開幕」、「客家文化主題公園」、「士林市場改建」、「助妳好孕」、「陸客自由行」、「臺北儒家菜」、「銀髮族照顧」、「觀光護照 Taipei Pass」、「都市再生 URS」、「路平專案」等。

(二) 運用電子媒體宣傳本府重要施政

- 1、自 100 年 2 月 12 日起至 101 年 1 月 31 日製播「臺北一定強」市政宣導廣播節目，每週六上午 10 至 11 時於 News98 電臺播出，同時間於臺北廣播電臺聯合播出，宣導主題有「臺北燈節」、「防震宣導與輻射污染防制」、「臺北兒童月、反霸凌」、「青年融資創業貸款、青年留學貸款」、「節水、節電環保措施」、「青春專案、治安零容忍」、「防範一氧化碳中毒」、「臺北過好年」等。

- 2、製播 2 分鐘電視節目宣傳本府重大施政，主題有「陸客自由行」、「花園臺北—綠色城市」、「臺北儒家菜」、「孔廟活化」、「花博公園」、「懷舊老街大龍峒」、「銀髮族照顧」、「課後照顧」、「觀光護照 Taipei Pass」、「臺北都市再生 URS」、「青年創業貸款」、「節水節電」、「低地板公車」、「就業保障」、「治安守護者」等。
- 3、製播 30 秒靜態錄影帶，主題有「2011 臺北大稻埕煙火節交通管制」、「2012 臺北最 High 新年城跨年晚會交通管制」等。

(三) 積極運用其他單位公益管道宣傳本府重要施政

- 1、向行政院新聞局申請無線電視臺公益時段以及本市各電影廳院政令宣導時段，宣傳本府重大市政，主題有「資訊化城市—網路好芳鄰篇」、「性別平等—父職角色轉換」、「歷史孔廟百年新生—PS Who are you?」、「都市更新小人物篇」等。
- 2、運用捷運月臺層電漿電視及本市有線電視公用頻道 (CH3) 播出本局及各局處製作之短片，主題有「反毒」、「節水」、「165 防詐騙」、「水上救溺」、「兩性平權—做自己篇」、「自殺防治」、「節能減

碳」、「孔廟愛情短片」、「2011 臺北詩歌節」、「登革熱防治」、「預防網路詐欺」等。

- 3、運用小巨蛋天幕電視牆播放「第一屆少棒賽」、「資訊化城市—網路好芳鄰篇」等 30 秒短片。
- 4、運用行政院新聞局提供之松山機場及桃園國際機場公益燈箱宣傳本府重要施政及本市觀光意象，主題有「觀光再生—美食篇」、「觀光再生—景點篇」、「觀光再生—文化篇」主題。
- 5、為美化市容及宣傳本市城市意象，於公車候車亭燈箱上刊精美之景點圖片 787 幅，並於「城市行銷街道廣告設施經營管理」50 面公益燈箱刊登「防災公園」、「防災避難包」及「非法日租套房」、「臺北電臺—聽見臺北的聲音」等廣告。

(四) 重大施政整合行銷：整合運用各媒體管道（電視、雜誌、報紙等）、製作宣導短片，增加民眾對政策內容之了解、支持及參與。

1、本市免費無線上網

- (1) 電子媒體：拍攝「資訊化城市—網路好芳鄰篇」30 秒短片，安排於本市電影廳院、5 家無線電視臺及捷運站電漿電視公益播映，並於 TVBS 家族、東森家族、三立家族、非凡新聞、中天新

聞、緯來家族及小巨蛋天幕等播映，另製播 2 分鐘節目於東森家族頻道播出，並安排 News98「臺北一定強」節目專訪資訊處處長。

(2) 平面媒體：於《遠見雜誌》7 月、《大家說英語》9 月、《時報周刊》、《遠見雜誌》12 月等刊登廣告。

2、本市公營住宅：拍攝「公營住宅—臺北好宅篇」30 秒短片，安排於本市電影廳院、5 家無線電視臺及捷運站電漿電視公益播映，並於 TVBS 家族、東森家族、三立家族、非凡新聞、中天新聞等各電視頻道播映。另製播 2 集 2 分鐘節目於東森家族頻道播出。

3、2011 世界設計大展暨大會

(1) 平面媒體：於蘋果日報、聯合晚報、聯合報等報紙刊登廣告。

(2) 電子媒體：拍攝短片「2011 臺北世界設計大展—臺北館」在東森家族 6 頻道播出及安排於捷運月臺電漿電視公益播出，並安排於廣播電臺 News98「臺北一定強」節目專訪文化局局長。

4、爭取 2017 世界大學運動會：

(1) 電子媒體：拍攝「爭取 2017 世界大學運動會—美

夢成真篇」30 秒短片，於小巨蛋天幕公益播放。另成功爭取申辦權後拍攝「成功申辦 2017 世界大學運動會」30 秒短片，於各電視頻道播映，並於小巨蛋天幕公益播放。

(2) 平面媒體：於聯合晚報、聯合報、蘋果日報、自由時報、中國時報等報紙刊登「2017 成功爭取世界大學運動會」全十版面廣告。

(五) 海外推廣臺北城市意象

- 1、辦理「海外推廣臺北城市意象－東南亞案」：8 月 12 日於馬來西亞 MATTA 旅展辦理推廣活動，邀請梁文音擔任臺北市觀光宣傳大使，吸引馬來西亞當地媒體報導，並於馬來西亞、新加坡購買當地報紙、捷運燈箱、網路廣告、手機系統簡訊等同步宣傳。Facebook 粉絲數總計 1 萬 1,950 人、網頁瀏覽 135 萬 3,895 人次。
- 2、辦理「海外推廣臺北城市意象－大陸地區網路宣傳案」，與大陸最大旅遊網站攜程網合作，於 9 月 1 日刊登廣告，並辦理微博「說臺北『一遊未盡·臺北玩不盡』」網路活動。活動期間訂購攜程旅行網到臺北自由行與半自由行的遊客為 1,805 人(自由行：1,303

人／半自由行：502 人)，團體旅遊 1,763 人，送出價值人民幣 1000 元的大禮包 824 份。攜程網精選會員電子報於 11 月 11 日發送 20 萬份。實體 DM「趣臺北」於北京與上海（浦東及虹橋）機場發送 1 萬 5,000 份。

- 3、辦理「Discovery 亞太電視網—探索頻道《聚焦臺灣：臺北花博》節目製播花博特輯案」。節目 100 年 9 月 25 日於臺灣區首播，於 10 月 31 日完成亞太地區各區首播。另剪輯 2 支 30 秒主題短片及 5 分鐘精華短片，於 12 月 14 日至 21 日於臺灣地區 Discovery 頻道、TLC 旅遊生活頻道及動物星球頻道播出；另第二輪節目傳送自 12 月 28 日起於臺灣地區、東南亞區、紐澳區、東北亞區傳送。

（六）主題行銷塑造臺北城市意象

辦理「100 年度淡水河系觀光推廣整合行銷規劃暨執行案」，架設及運用「水漾臺北」網站/App、辦理水岸城市集點抽獎活動於 10 月 5 日正式上線、透過 20 秒廣播廣告及 30 秒電視 CF 宣傳，並陸續於聯合報、蘋果日報、自由時報、爽報、食尚玩家、壹周

刊刊登廣告。套裝遊程推廣部分，於 100 年 10 月 14 日召開臺北場說明會；10 月 21 日召開高雄場說明會，11 月 30 日下午邀請旅遊業者參觀客家主題文化公園及寶藏巖藝術村，進行藍色公路遊程推廣。另網站、Facebook 粉絲頁及手機 App，截至 12 月為止，網站瀏覽人數 10 萬 6,555 人，Facebook 粉絲頁人數 3,512 人，手機 App 下載人數 1 萬 2,672 人。

(七) 辦理「重大政策行銷宣傳規劃執行案」，於聯合晚報、蘋果日報、自由時報、爽報等報紙刊登「士林市場搬遷」、「青年留學免息貸款」、「助妳好孕」廣告；並於中廣音樂網、飛碟聯播網、寶島新聲等電臺播出「士林市場搬遷」、「青年留學免息貸款」、「助妳好孕」廣播廣告。

(八) 舉辦城市形象系列活動

1、2011 臺北大稻埕煙火節：以大稻埕文化「布袋戲」為主題，結合國慶氛圍於 100 年 10 月 10 日假延平河濱公園大稻埕碼頭周邊舉辦，當日活動共吸引 40 萬人次參與。

- 2、2012 臺北最 HIGH 新年城跨年晚會：12 月 31 日 19 時假市府廣場舉辦，五月天、草蜢、羅志祥等知名藝人參與演出，倒數時刻結合 101 煙火，共計約 80 萬人參與。另活動首創於 Youtube 全球直播，共 120 個國家、120 萬人次透過網路同步收看臺北市跨年晚會。
- 3、民間活動合作案：與民間機關團體共同舉辦促進臺北城市意象或提升觀光效益之活動，包括 101 登高賽、2011 城市夢想嘉年華、BFF 臺北國際自行車電影節、2011 臺北聖誕城等，塑造臺北充滿活力、創意之城市意象。

二、推廣豐富多元臺北觀光

- (一) 參加國內外旅展：為推廣本市觀光產業，本局以「臺北·一遊未盡」為宣傳主題，輔以「2011 臺北世界設計大會」、陸客自由行政策及「Taipei Pass 臺北觀光護照」方案，於 100 年參加臺北國際春季旅展、臺中國際旅展、高雄國際旅展、臺北國際觀光博覽會、臺灣國際會展產業展、臺北國際旅展、上海世界旅遊資源博覽會、韓國旅展、香港旅展、北京旅遊博覽會、東京世界旅遊博覽會、亞洲主要

都市網—首爾城市展及泰國亞洲獎勵旅遊暨會議展，經統計參展活動期間共舉辦 15 場公關活動、147 場展場活動、發放約 7 萬 2,078 份文宣，媒體露出 570 則以上，經各旅展大會統計參觀展覽人數計有 135 萬 4,144 人次，效果顯著。

(二) 推廣自由行旅遊措施

- 1、與中華航空公司合作，針對香港、大陸之自由行市場，共同推出「臺北·一遊未盡—遇見臺北百分百」專案，搭配自由行機票優惠並以修習旅遊學分的概念設定本市旅遊景點主題，並以東西南北四條路線作為主題遊程印製手冊，手冊內除 4 條臺北行程外，並有捷運一日票、歡迎禮兌換券及捷運沿線 88 處優惠折扣店家等，6 月 9 日於香港開賣，6 月 28 日於大陸上海開賣。活動推廣時間自 6 月 9 日至 10 月 31 日，參與之國外旅客總計為 1 萬 2,598 人，為臺北帶來 2.45 億元觀光效益。
- 2、為歡迎 6 月 28 日陸客自由行開放後首批抵達本市之陸客，本局於松山機場辦理歡迎會，並與本市觀光產業結合，贈送每位自由行陸客「遇見臺北角落」專書、臺北畫刊、精彩臺北摺頁、「Taipei Pass 臺北

觀光護照」(二日券)及鳳梨酥、牛肉乾等臺北伴手禮，讓首批自由行陸客充分感受到本市的盛情。

3、7月25日與上海市簽署旅遊交流合作備忘錄，因應陸客自由行政策開放，今年的旅遊交流合作備忘錄新增「雙方將積極協助市民深度了解對方城市，包括文化、景點、風土民情、交通、飲食、住宿、生活等資訊交流，以加強推廣團體旅遊及個人旅遊」。

9月23日至26日邀請上海市旅遊局、旅行業者及媒體、部落客計32人來臺，落實本市與上海市於100年7月25日簽署之旅遊交流合作備忘錄，並加強宣傳赴本市自由行。

(三) 推廣會展旅遊：以單一窗口協助會展旅遊業者，以推廣、協助及爭取國際會議展覽旅遊在本市舉辦。根據國際會議協會(ICCA)100年5月資料，臺北市在2010年全球會議城市排名大幅躍升為第11名，較2009年的第25名進步14名；在亞洲的排名更高居第2。

本局100年度共計贊助104件於臺北市舉辦之國際會展及獎勵旅遊案，贊助金額為新臺幣997萬元。為吸引更多大型國際會議、國際展覽於本市舉辦，本局於100年10月7日公布修正「臺北市政府觀

光傳播局贊助機關(機構)團體辦理國際會議、展覽暨獎勵旅遊暫行作業要點」，增加爭取階段贊助，最高贊助新臺幣 30 萬元；原舉辦階段最高 50 萬元贊助提高至 100 萬元。於 100 年 11 月 1 日至 30 日受理 101 年第 1 期 MICE 補助，12 月 15 日召開審議會核定贊助 83 案，未來將持續提供單一窗口服務，以推動會展觀光。

(四) 鼓勵民間辦理觀光活動：100 年補助 21 項活動，統計超過 75 萬人次參與，帶動相關旅遊人潮及推展本市觀光。其中 2011 臺北溫泉季活動因規劃日本松山市撞轎活動，2 天共吸引 3、4 萬人次參與，並獲日本及臺灣 300 則以上媒體報導，成功行銷北投溫泉及臺北觀光。

100 年度觀光活動補助案件表

編號	申請單位	活動名稱	核定補助金額 (單位:新臺幣/元)
1	臺灣藝術市集協會	第 6 屆少年獸立春音樂藝術季	300,000
2	中華民國啟聰協會	“手”繪臺北·風華百年	200,000
3	財團法人富邦藝術基金會	2011 粉樂町—臺北東區當代藝術展	500,000
4	中華民國國際運動舞蹈發展協會	2011 國標舞季	250,000
5	財團法人崇德文化教育基金會	「士林居似鄰·作夥逗陣行」士林文化觀光人才培訓計畫	100,000
6	漢霖民俗說唱藝術團	故宮博物院·說唱藝術月	200,000
7	臺北市溫泉發展協會	2011 北投酒家菜美食節	600,000
8	臺北多元藝術空間青少年發展促進會	2011 狂熱街頭 MADSTREET	200,000
9	中華民國攝影商業同業公會全國	建國百年「臺北·一遊未盡」「觀光景	100,000

	聯合會	點再生」攝影比賽	
10	臺北市體育總會元極舞協會	100 年世界元極舞推廣觀摩大會	700,000
11	臺北市三腳渡龍舟文化發展協會	士林三腳一渡到漢堡	200,000
12	臺北市日東文化慈善協會	精彩 100 海光宮臺北城國際觀音文化季	100,000
13	社團法人臺北市八頭里仁協會	2011 年北投觀光文化「水漾北投·一遊未盡」綠色生活地圖製作與導覽培訓課程系列活動	150,000
14	臺北市旅館商業同業公會	建國百年 驚喜百年 (件)	300,000
15	財團法人臺北市北投文化基金會	2011 北投健康綠活節	150,000
16	中華民國流行創意舞蹈協會	2011「DANCE @ LIVE TAIWAN」之英雄亂舞	300,000
17	臺北市溫泉發展協會	2011 溫泉季	500,000
18	社團法人臺北市行無礙資源推廣協會	臺北古城無礙觀光志工培訓計畫	60,000
19	臺北市糕餅商業同業公會	2011 臺北鳳梨酥文化節	150,000
20	漢霖民俗說唱藝術團	百行德為首，萬事「笑」為先—孔廟駐點演出計畫	200,000
21	中華民國旅行商業同業公會全國聯合會	上海市赴臺北自由行踩線	393,765

(五) 建立觀光新據點：

- 1、推動「孔廟歷史城區觀光再生計畫」：本市大同區臺北孔廟及保安宮均為古蹟，極具人文、歷史意義。本府於 98 年以「歷史體驗·儒道發光」為主題，提出「臺北市孔廟歷史城區觀光再生計畫」，入選交通部觀光局「競爭型國際觀光魅力據點示範計畫」，獲 3 億元補助。為全面打造孔廟成為新興觀光景點，本局積極結合本府民政局、工務局、交通局、都市發展局及文化局等機關，兩年內

總計投入之 9 億 8 千多萬元（含自籌經費），積極改善孔廟、保安宮及大龍峒地區觀光環境；本計畫已於 101 年 1 月結案，未來將透過本局各項行銷宣傳管道持續推廣大龍峒地區觀光資源及活動。

孔廟歷史城區觀光再生計畫行動計畫表

行動計畫	內容
景觀改善工程	包括孔廟展演空間及歷史庭園景觀改善、孔廟周邊環境改善相關工程、園區沿線導引系統改善。
交通改善工程	包括圓山轉運站空間改善工程、平面大型停車場新建工程、大龍國小地下停車場新建工程、交通管制設施改善計畫。
定時展演與主題表演活動	包括古禮祭典儀式與體驗活動、定時展演及體驗活動。
儒道及中華傳統文化學習體驗	包括儒學文化研習活動、儒道 e-learning 及數位典藏網站、故事遊戲軟體製作開發。
儒道文化學習及虛擬體驗	包括六藝體驗學習活動、漢字文化體驗學習活動、虛擬實境劇院、孔廟情境劇或行動劇。
解說及語音服務	包括增設及培訓專業解說導覽人員、語音導覽系統及表演音響系統。
特色產業發展推廣	包括儒道特色餐飲研發推廣、紀念品與文物開發製作及假日創意市集。
宣傳行銷	辦理「歷史孔廟百年新生」整合行銷計畫。
永續經營	建置及經營捷運圓山站旅遊服務中心，並將各相關建設及活動納入本府各相關單位永續經營。

三、編印多元文宣提升發行效益

(一) 編印發行定期刊物《臺北畫刊》

- 1、本局發行之定期刊物《臺北畫刊》為本府政策主要宣傳管道之一，內容涵蓋各項市政建設及城市發展報導，以及深入實用之觀光資訊。每月發行 12 萬冊，除放置於臺北市包括臺北捷運各站、臺北市旅遊服務中心、各大飯店、各大展演場所、臺北市立圖書館總館及各分館等 750 個放置點外，並發送至交通部觀光局國家風景區、外縣市旅遊服務中心、觀光飯店及各大航空公司貴賓室與航班等約 200 多個放置點，供市民、外縣市民眾及觀光客免費索閱，拓展多元之閱讀群眾。
- 2、為提升發行效益，強化城市行銷與觀光旅遊推廣，除將《臺北畫刊》電子版全文上網，提供讀者線上閱讀或下載瀏覽之服務外，100 年 6 月起運用報紙發行量大及讀者群多元化等特性及優勢，透過報紙版面刊載《臺北畫刊》各期精彩內容及出刊訊息，100 年 6 至 12 月計刊載 112 則。另並透過中央廣播電臺、臺北廣播電臺、警察廣播電臺等廣播媒體，以及中時電子報、udn 聯合線上、鉅亨網、臺灣新浪網等網路媒體露出《臺北畫刊》精彩內容及出刊

訊息，再進一步擴大多元、異質閱讀群眾，強化行銷宣傳效益。

- 3、為瞭解讀者對《臺北畫刊》介紹之主題、文章或希望增加主題內容等反映意見，本局每年定期辦理紙本問卷調查及每月網路線上問卷調查。100 年上半年（問卷回收期間為 100 年 5 月至 7 月）紙本問卷調查經統計分析結果，整體滿意度達 9 成 1 以上，最喜愛的主題為「臺北好好玩」，建議增加的主題以旅遊休閒最多；100 年度網路線上問卷部分，經統計分析 100 年全年問卷結果，整體滿意度達 9 成 3 以上，最喜愛的主題為「臺北好好玩」與「臺北生活圈」，建議增加的主題仍以旅遊休閒為最多，將作為未來《臺北畫刊》內容編輯及發行改善之參考。

（二）編印發行《Discover Taipei》外文雙月刊

- 1、為加強城市行銷，編印英、日語版《Discover Taipei》雙月刊，運用豐富精彩之圖文內容，介紹臺北市各項城市發展及觀光休閒，讓居住臺北市或來臺旅遊之國際人士深入瞭解臺北市城市特色、社經發展、人文歷史、市民生活、觀光旅遊等資訊，提升臺北市之國際形象與國際能見度，帶動臺北市

觀光旅遊發展。

- 2、《Discover Taipei》外文雙月刊每逢單月出刊，自100年1月起，每期發行英文版2萬4,000冊、日文版1萬冊，除放置在臺北捷運各站、臺北市各旅遊服務中心、臺北市各大飯店、教堂及國內各大航空公司貴賓室、班機等約390多處外籍人士或國際旅客出入頻繁之地點提供免費索閱外，並寄贈駐外使館、駐華大使及各國駐臺經貿單位，同時提供交通部觀光局轉寄其駐外單位。
- 3、為提升發行效益，除將《Discover Taipei》電子版全文上網，提供民眾線上閱讀或下載瀏覽外，並進行跨媒體合作，分別於udn聯合線上所屬聯合書報攤雜誌區及鉅亨網露出。

(三) 編印發行《精彩臺北》觀光活動地圖摺頁

- 1、為推展臺北市觀光活動及相關產業，規劃包括介紹依時序節慶推出的各式主題、當期臺北市政府舉辦的大型活動、重大會議展覽、建議行程、美食及伴手禮等實用資訊，並搭配臺北市區旅遊實用地圖，提供國內外旅客最即時、多元之旅遊資訊。
- 2、《精彩臺北》觀光活動地圖摺頁每逢雙月出刊，每期發行11萬5,000份，包括中文版7萬份、英文版

3 萬份、日文版 1 萬 5,000 份，分送至各旅遊服務中心、桃園國際機場旅客服務中心、各大飯店等約 410 處放置點，以方便旅客索取；並將電子版內容置於本局網站「閱讀臺北」單元，提供國內外旅客線上閱讀或下載瀏覽。

(四) 出版中外文觀光行銷文宣品

- 1、為推廣臺北市城市之美、塑造臺北市嶄新意象，98 年 11 月編印觀光行銷叢書《遇見臺北角落》，該書受讀者喜愛，分別於 100 年 2 月及 9 月進行第三次及第四次之改版加印。
- 2、為行銷臺北市區域旅遊特色，分別於 100 年 4 月及 12 月改版加印北投觀光簡介《女巫嬉遊記—發現北投的湯與美》（中、英、日文版）；100 年 6 月改版加印《貓空攬翠之旅》（中、英文版）；100 年 8 月改版加印臺北市觀光簡介《趣·臺北》（中、英、日文版）並於 10 月再次加印英、日文版；100 年 11 月改版加印《艋舺》觀光簡介（中、英、日文版）。
- 3、為順應時下綠美化、樂活風潮，並延續花博「美麗的力量」，將原《臺北畫刊》刊載之系列文章集結，於 100 年 7 月出版《拈花惹草》，廣為傳散綠

美化觀念，並於 100 年 7 月 2 日假建國假日花市舉辦新書發表會暨叢書展售活動。此外，透過博客來及五南兩家網路書店辦理網路預購折扣活動，並自 100 年 7 月 2 日至 8 月 15 日同步提供 85 折優惠折扣。

- 4、100 年 8 月出版《遇見臺北角落》筆記書，運用本局觀光行銷叢書《遇見臺北角落》之高質感插畫，以多元化之出版形式，展現觀光旅遊特色，該筆記書出版不久即售罄，旋即於同年 9 月再版。
- 5、100 年 10 月出版《微笑。臺北—世博臺北館榮耀紀實》，集結臺北案例館自入選、規劃、興建、營運及搬遷回臺的完整過程，以及幕後點滴與溫馨動人故事，透過本書之記錄，讓民眾能體驗臺北館在上海浦西「城市最佳實踐區」展出時的盛況，以及臺北市以「資源回收」與「無線寬頻」兩項案例躍上國際舞臺的傲人成就，隨書並附贈「世博臺北館記錄片」。配合新書及紀錄片發行，於 100 年 10 月 7 日下午 2 時在花博公園未來館前場地舉辦新書暨紀錄片發表會。
- 6、100 年 12 月出版《臺北·微旅行》，由「微旅行」的概念出發，以具質感且風格清新的手繪插畫與文

字介紹臺北美麗卻常習而不察的街邊風景、特色店家，以及放鬆身心、恢復能量的好去處等，帶讀者隨時隨地探索臺北的風采。配合新書發行，與五南文化廣場及博客來兩家網路書店合作舉辦新書預購活動，辦理預售期間（100年11月28日至12月4日），讀者預購情形熱烈，其中博客來網路書店於開始預售第3天（11月30日）即售出529本，預售期間（共計7天）共售出705本，名列整館專業考用類新書排行榜第一名。另並於100年12月1日下午2時在誠品書店信義旗艦店舉辦新書發表會；100年12月5日至101年1月11日辦理新書暨觀光行銷叢書推廣活動，推廣期間，讀者於五南文化廣場及博客來網路書店購買《臺北·微旅行》新書及參展叢書，除可享有單本85折，2本以上79折優惠折扣外，另加送最新版集結臺北電影、偶像劇拍攝場景的《臺北追星之旅》手冊1份。

- 7、100年11月出版觀光行銷日曆：以精緻圖文搭配便民資訊，進一步推廣臺北市重大施政發展、特色觀光景點及節慶活動等訊息。
- 8、100年11月出版桌上型立式文宣品：以精美的插畫搭配簡要圖說，行銷臺北市的觀光景點、美食與文化等多元風情。

9、100 年 12 月改版加印觀光行銷叢書《臺北新森活》，為該書自 95 年發行初版來，第三次改版加印，讓讀者能按圖索驥探訪書中介紹的 20 條親山步道及周邊遊憩景點。

(五) Upaper 市政版面宣導

針對本府市政議題及重大活動，利用 Upaper 捷運報每週一、三各 2 個市政版面進行宣導，提供各項市政便民措施、福利服務、硬體建設、觀光活動，以及與民眾日常生活密切相關之即時訊息。自 100 年 1 月至 12 月，計宣導重大政策及 2010 臺北國際花卉博覽會等活動 457 則。

(六) 強化觀光旅遊媒體新聞聯繫

強化與觀光旅遊媒體間之新聞聯繫，增進與媒體互動、建立良好溝通管道，透過媒體採訪報導傳達本局重要業務與施政重點。此外，每日彙整媒體及民意等輿情重要反映，每月彙整雜誌等輿情重要反映，作為施政方向及決策參考。100 年 1 月至 12 月共計發布重要施政成果新聞稿及採訪通知 293 則。

四、營造安全易遊觀光環境

(一) 輔導觀光產業提升服務品質

- 1、執行旅館業管理輔導執行績效特優：截至 100 年 12 月 31 日止，本市計有國際觀光旅館 25 家、一般觀光旅館 14 家、一般合法旅館 327 家，總計 366 家。交通部觀光局於 100 年辦理全國「99 年度旅館業及民宿管理輔導績效考核」，經交通部觀光局考核結果，本府榮獲旅館業管理輔導執行績效特優。
- 2、辦理旅館三安（安全、安靜、安心）考評：本案於 100 年 7 月 11 日至 8 月 30 日止已完成共 46 家旅館考評，考評結果除公布於臺北旅遊網供旅客於選擇住宿場所之參考，該網站亦有旅館房價、交通、公共安全等多樣旅遊資訊供民眾查詢，並於《臺北畫刊》及臺北旅展行銷宣傳，另於 100 年 12 月 20 日由市長頒獎予受評通過的旅館獎座。
- 3、辦理 100 年度旅館從業人員講習：因應陸客自由行開放及服務素質提增，本局分別於 100 年於 6 月 20 至 23 日及 11 月 21 日至 24 日各舉辦旅館從業人員講習 2 梯次，合計 4 梯次上課人數共計約 320 人。
- 4、辦理優良觀光產業及從業人員表揚事宜：100 年 10 月 14 日推薦本市優良觀光產業及從業人員，計團體獎 5 名、個人獎 18 名至交通部觀光局參加全國選拔，另於 100 年 12 月 6 日由市長頒發獎座。

- 5、依法推行溫泉標章：為保障消費者權益、健全本市溫泉產業，截至 100 年 12 月 31 日止本局已核發溫泉標章共計 33 面，居全國各縣市〈全國核發 67 面〉之冠。
- 6、城市行銷街道廣告事宜：為提升本市市容品質、豐富街道景觀與促進商業活動，自 99 年 9 月 13 日起辦理「臺北市城市行銷街道廣告設施經營管理」案，案內計有 519 個廣告版面交付營運（商業廣告刊登經營、設施清潔維護及電費繳交等），廣告內容均依規定每週審查，100 年度廠商繳交價金共計新臺幣 834 萬 8,245 元。

（二）建構安全觀光住宿環境

輔導老舊旅館業提升公共安全：為提升老舊旅館住宿安全，自 98 年度起辦理旅館業者申請補助，補助項目為旅館建築物之「防火避難設施」及「消防安全設施」等 2 大項目更新與改善。持續至 100 年 12 月 31 日止已補助 116 家旅館進行更新改善，補助金額累計共新臺幣 4,290 萬 8,446 元。

（三）辦理「臺北市觀光景點行人指標系統及觀光導覽地圖牌座建置工程」：

本局截至 100 年 12 月 31 日止已陸續完成 312 處行

人指標，220 座觀光導覽地圖牌座，使觀光客藉由親切清晰正確的指標系統及觀光導覽地圖牌座導引，遊覽本市觀光景點。

五、推展城市觀光深度旅遊

(一) 台北探索館主題特展

- 1、2010 臺北國際花卉博覽會特展：99 年 11 月 9 日至 100 年 4 月 25 日辦理「2010 臺北國際花卉博覽會」特展開展，本次特展分區介紹花博四大園區—圓山公園區、美術公園區、大佳河濱公園區、新生公園區，另精心規劃多媒體「花博花卉」、「夜探花博」、「3D 吉祥物互動區」等互動單元，透過影像與科技的結合，讓參觀者進入不一樣的空間，以多媒體、數位方式體驗精彩迷你花博。本特展展出期間參觀人次共 2 萬 4,984 人次。
- 2、「細數走過的腳步—建國百年影像展」：為慶祝中華民國建國百年，本局與行政院新聞局合辦「細數走過的腳步—建國 100 年影像展」特展，60 幅豐富動人的影像，記錄了中華民國歷史回顧，也展現了百年來成長蛻變的歷程，期透過歷史的影像回顧，讓民眾緬懷歷史、珍惜現況及憧憬未來，分享建國

一百年的喜悅。本特展於 100 年 6 月 1 日至 6 月 30 日展出，期間參觀人次共 4,764 人次。

- 3、配合行銷本市舉辦 2011 臺北世界設計大會活動，於 100 年 9 月 22 日至 100 年 11 月 20 日期間辦理台北探索館「臺北設計饗宴」特展，以多媒體互動、實體展品介紹相關設計之創意概念，以宣導設計大會在本市舉辦之重要意義，並提升民眾對於本市爭取申辦 2016 世界設計之都之認知與榮譽感，進而帶動國人參與投入設計之風潮。展出期間參觀人數計 1 萬 2,173 人次。

(二) 台北探索館小小導覽員體驗營活動：

100 年 7 月 18 日至 8 月 5 日期間舉辦，供國小四至六年級學童計 180 名免費參加，該活動內容包括運用布袋戲、戶外導覽、影片欣賞及教導學員如何觀察、表達等互動課程，期透過寓教於樂方式，培養小朋友成為小小導覽員，向更多人介紹、分享精彩豐富的臺北城市特色，吸引前來臺北市深度旅遊。

(三) 規劃設計特色遊程

- 1、辦理臺北影視遊程推廣發行主題遊程手冊：

為推廣本府電影委員會電影輔導政策及影視媒體行銷活動，本局結合偶像劇、電影中的臺北景點、明

星餐廳、明星開店等旅遊資訊，發行《城市星發現—臺北追星之旅》遊程手冊 6 萬冊，分送至本市 12 處旅遊服務中心發放，讓民眾可以一冊在手，跟著電影與偶像劇一起追星體驗，行銷臺北城市觀光。

2、辦理「2011 來臺北過好年」遊程推廣活動：

100 年農曆兔年，為了吸引民眾過年期間前來臺北市觀光旅遊，本局建置「2011 來臺北過好年」專屬網站，並舉辦「GO“兔”臺北—2011 來臺北過好年」新春 6 大（踹躅）遊程推廣記者會，推薦本市「新春 6 大（踹躅）遊程」，包括「森活、藝遊、貓空、時尚、賞燈、花賞」等六大主題，讓民眾可以依自己喜愛的主題，選擇專屬的旅遊行程。

3、規劃辦理「臺北·一遊未盡」遊程推廣活動：

100 年度本局以「觀光景點再生」為主軸，運用本市豐富歷史人文、古蹟、建築、生態、美食（茶）、老店、文創伴手禮等多樣城市風貌，串聯本市節慶與不同季節活動，規劃樂活、懷舊、時尚、生態、文創等五大主題的 10 條創意路線，並辦理主題推廣活動與 5 場次「旅遊系列講座」，藉由滿足不同旅客吃、喝、玩、樂、買等需求的遊程，讓旅客深度體驗本市多元風貌與豐富的觀光資源，

提升重遊率，感受「臺北·一遊未盡」。

4、印製「Taipei Pass 臺北觀光護照」自由行推薦遊程暨優惠店家摺頁，推廣自由行主題遊程：

配合陸客自由行開放政策，本局結合「Taipei Pass 臺北觀光護照」票卡的發行，除印製中、英文版「Taipei Pass 臺北觀光護照」遊程暨優惠店家摺頁 3 萬 6,000 份外，100 年 12 月再推出新版「Taipei Pass 臺北觀光護照」旅遊暨優惠手冊 6 萬份（中文版 3 萬份、英文版 2 萬份、日文版 1 萬份），以吸引包括陸客在內的國內外自由行旅客前來本市觀光旅遊。根據悠遊卡股份有限公司提供之數據統計，100 年全年「Taipei Pass 臺北觀光護照」票卡銷售量為 9 萬 2,826 張，與 99 年的 3 萬 8,571 張相較，銷售增加了 5 萬 4,255 張，成長 141%。

（三）辦理城市導覽員訓練

本局每年分梯次舉辦「城市導覽員」研習活動，除了加強導遊、領隊、導覽志工與相關旅行業從業人員之專業知識，亦透過戶外踏查實際體驗，提供良好交流平臺，建立導覽人員及導遊專業使命感及城市認同感。100 年度配合本市城市觀光發展、休閒遊憩（例如藍色公路）、文化觀光（例如保生文化

季、孔廟)、景點再生、陸客自由行等相關議題、旅遊規劃或實務等範疇為內容重點，於 100 年 5 月至 7 月期間辦理 4 梯次城市導覽員訓練課程，每梯次計 70 人，共計 280 人參與。

(四) 營造友善觀光服務環境

1、推廣本市觀光，提供旅遊服務中心諮詢服務：

本局與臺北城市科技大學、世新大學、銘傳大學、輔仁大學、真理大學及醒吾技術學院等 6 所大專院校合作，遴選 120 名觀光、外語相關科系學生擔任本市旅服諮詢員，並針對本市觀光旅遊主題與新興特色景點，辦理教育訓練，以提供來臺旅客旅遊諮詢服務及旅遊資訊。本局目前於本市各重要交通節點與觀光景點設有 12 處旅遊服務中心，各旅遊服務中心均採用雙語標示，陳列中、英、日、韓等不同語版之觀光旅遊文宣品，由專業旅服諮詢員提供國內外旅客觀光諮詢、免費文宣資訊索取、旅遊宣導短片播放、旅遊景點查詢、申辦 Taipei-Free 無線暢遊等服務。100 年度本市旅遊服務中心共計發送觀光文宣 418 萬 627 份、服務 176 萬 9,632 人次，較 99 年成長 147%，另諮詢旅客 35 萬 3,111 人次，較 99 年成長 504%。

100 年度 1-12 月本市旅遊服務中心營運績效

站別	文宣發放份數	諮詢人數		到站人次
		本國人	外國人	
臺北車站	345,969	56,457	24,122	260,554
松山機場(3/29 開站)	495,521	9,569	2,789	84,562
東區地下街	499,189	5,449	6,635	101,639
捷運北投站	372,303	20,647	13,696	86,071
捷運劍潭站	423,881	23,009	14,967	167,321
捷運西門站	324,942	12,050	11,881	80,554
捷運圓山站	309,803	29,245	6,932	220,976
市府轉運站(6/20 開站)	65,728	16,342	11,942	93,484
美麗華遊客中心	319,407	23,613	9,737	83,094
梅庭遊客中心	187,735	5,138	2,644	263,599
纜車動物園站	251,935	7,399	2,850	81,411
纜車貓空站	344,270	10,009	3,584	117,627
行動旅遊服務站	49,704	8,470	7,368	58,962
陽明公園	102,928	3,948	1,035	52,327
公館	87,312	1,503	81	17,451

合計	4,180,627 份	232,848 人	120,263 人	1,769,632 人次
----	-------------	-----------	-----------	--------------

2、賡續辦理「行動旅遊服務站」旅遊諮詢服務：

為推廣本市會展與城市觀光，本局於南港、信義展覽館大型、國際性展覽期間機動設置「行動旅遊服務站」，提供前來參展的各國商務人士與廠商旅遊資訊諮詢與服務，同時提供各種旅遊文宣及生活資訊，以提升本市觀光專業及國際形象。100 年度配合臺北國際自行車展、臺北國際電腦展、2011 臺北電腦應用展、2011 臺北國際半導體展、2011 臺北電視節、2011 臺北世界設計大展、2011 臺北國際電子產業科技展等展覽設置行動旅遊服務站，共發放 4 萬 5,148 份觀光文宣品，到站服務人次計 5 萬 312 人次，諮詢旅客計 1 萬 1,398 人次。另為進一步推廣國際郵輪觀光，於基隆港設置本市行動旅遊服務站，提供交通協助及與本市旅行業者合作規劃特色行程，以提升郵輪觀光客消費金額進而促進本市觀光產業整體發展。100 年度共服務 35 檔，發放 4,556 份觀光文宣，到站服務人次計 8,650 人次，諮詢旅客計 4,440 人次。

3、辦理旅服諮詢員教育訓練以提升服務品質：

為提升本市旅遊服務中心服務人員之專業知能，於

100年6月18、19日與7月6、7日開辦兩梯次「『陸』遊未盡臺北城」教育訓練課程，另於3月26、27日以及11月26、27日辦理旅遊服務中心新進人員教育訓練課程，以提升旅遊諮詢員接待旅客之專業與服務品質。

- 4、本市旅遊服務中心於98、99、100年連續3年在交通部觀光局「旅客服務中心、旅遊服務中心、遊客中心督導考核、評比暨服務品質提升作業案」勇奪團體獎第一名；另個別獎第一名及第三名則由捷運西門站及東區地下街等2站旅遊服務中心獲獎。

(六) 辦理媒體與旅行業者熟悉之旅：

配合開放陸客來臺自由行政策，本局於100年7月7日至8日邀請30名大陸駐臺媒體人員，走訪本市特色景點，體驗儒家與蔣家歷史文化主題遊程，期透過本活動推廣本市特色旅遊，宣揚臺北之美，俾吸引更多大陸遊客前來本市觀光旅遊。另配合本府舉辦2011臺北世界設計大展活動，分梯次邀請媒體業者代表及全省北、中、南區旅行業者與公協會代表，實地走訪「松山文創園區」，俾針對媒體業者及經營國外入境及國內旅遊之業者推廣行銷。

六、傳播行政保障民眾權益

(一) 查察違法錄影節目帶業

本局 100 年度執行違法錄影節目帶查察工作，含 1 月及 7、8 月間分別辦理的寒、暑假專案，計查察 72 家次，共查獲 35 家次，涉嫌違反廣播電視法之錄影節目帶(含光碟)計 12,964 片，皆已移送行政院新聞局依法審處。

(二) 電影片映演業輔導與管理

- 1、本局 100 年度執行「電影法」查察本市電影片映演場所 115 家次，包括反針孔攝影偵測檢查及投保公共意外責任險，均無違規情事。
- 2、本府公共安全稽查小組於 6 至 8 月夜間抽查電影院，其中欣欣晶華戲院、新光影城、白雪戲院不符建築法規，今日大戲院、樂聲大戲院、豪華大戲院、龍祥百老匯影城、白雪戲院不符消防法規，均已於建築、消防主管機關規定期限內改善完成。

(三) 有線電視系統業者自主纜線整理

本局自 95 年 6 月起督導本市有線電視系統業者執行第 1 次纜線自主整理，已於 99 年 8 月底完成，業者共改善 8,299 處。為進一步提升清整成效，本局督請業者自 99 年 9 月起辦理第 2 次纜線自主整理，期程 2 年，至 100 年 12 月底已改善 4,147 處。

另本局 100 年度亦處理議員關心、民眾申訴或各區

公所市容查報案件 1,275 件，改善市容景觀。

(四) 有線電視節目暨廣告管理

- 1、為加強管理本市有線電視系統業者播送之節目、廣告，本局每年均訂定「有線電視系統業者節目、廣告側錄計畫」進行監管。
- 2、本局 100 年度側錄本市有線電視系統節目及廣告計 98 次，查察頭端機房 41 次，含本府衛生局移送之違規衛生廣告計裁處 195 件，罰鍰新臺幣 2,675 萬元，另警告 5 件。

100 年度側錄有線電視節目等及相關裁罰統計表

月份	側錄節目次數	查察機房次數	查獲違規次數	裁罰件數	罰鍰金額 (單位:新台幣/萬元)	警告件數
1	8	2	0	13	150	0
2	7	1	0	10	50	0
3	8	4	1	24	265	0
4	8	4	1	11	120	0
5	8	4	1	17	190	1
6	8	3	1	23	240	0
7	8	4	0	24	280	0
8	9	4	3	17	135	0
9	8	4	0	14	205	1
10	9	3	0	24	420	2
11	9	4	1	8	330	1
12	8	4	0	10	290	0
合計	98	41	8	195	2,675	5

備註：裁罰件數、罰鍰金額包括衛生機關移送案件。

(五) 督促有線電視業者推廣數位化：

- 1、本府 99 年 12 月 22 日公告 100 年度有線電視頻道收視費用，附帶規定業者應積極推廣數位化，並依 99 年度各業者數位機上盒鋪設情形，規定 100 年度鋪設率須提升至 12% 以上或 15% 以上。截至 100 年 12 月底全市鋪設率達 16.3%，經查全國截至 100 年 9 月底平均鋪設率僅 9.45%，顯示本市執行成效良好。
- 2、本局與全市 9 家系統業者為使更多市民瞭解、體驗數位有線電視，於 100 年 7 月 15 日至 31 日、8 月 5 日至 21 日分別在新光三越信義香堤廣場、太平洋崇光復興店廣場共同舉辦 2 場「數位臺北 Fun 視未來」活動。另本局協調本市體育處，並促請系統業者於全市 12 座運動中心裝設數位有線電視，提供市民就近體驗。

100 年度媒體違規處分統計表

項 目		處 分		警告 件數
		裁罰 件數	裁罰 金額 (金額：新臺幣元)	
平面媒體違規新聞報導處分	兒童及少年 福利法	4 件	12 萬	—

平面媒體違規廣告處分	兒童及少年性交易防制條例	1 件	8 萬	—
有線電視系統業者播送違規廣告	有線廣播電視法	195 件	2,675 萬	5 件
合 計		200 件	2,695 萬	5 件

七、視聽製作與資訊業務推廣

- (一) 影像資料庫之建置：於花博官網建置中英文版「花博相簿」，提供國內外民眾觀賞及下載，宣傳花博之美。拍攝製錄「2012 臺北最 High 新年城跨年晚會」煙火相片；製作「借鏡星港 北市推都更及公營住宅」(1 分 29 秒)、「城市競爭力」(4 分 21 秒)、「亞洲綠城市評比臺北名列第二」(3 分 7 秒)、剪輯「臺北、上海雙城論壇 推廣陸客臺北自由行」(3 分 21 秒)、「2011 世界設計大展」南港展區開幕摘錄影片(1 分 15 秒)、本府申辦 2017 世大運影片《Run With Dreams》等市政行銷影片，並於「臺北美好新視界」播放，宣傳市政建設。
- (二) 臺北旅遊網之維運：持續更新本市各項旅遊訊息、展演活動及好康情報，並自 100 年 9 月 1

日起改變「臺北旅遊網」版面，以樂活、時尚的風貌呈現臺北旅遊訊息，提供更符合使用者需求及多元化資訊服務。因應「陸客自由行」開放，「臺北旅遊網」(<http://www.taipeitravel.net/>)移機政府服務網防護專區 (GSN DMZ)，增闢正體版「陸客自由行專區」網頁，推薦旅客有關臺北必遊景點、必嚐美食等相關資訊，直接向大陸民眾行銷臺北市觀光資源。網站亦連結本府原民會「北投套裝旅遊路線&景點資訊」，行銷臺北市原住民觀光景點，披露原民會舉辦之活動，增加大眾獲得資訊的管道，以整合行銷本市原住民文化。此外，100年9月20日至11月30日舉辦「紙飛機環遊臺北大冒險」網路遊戲活動，線上參與次數超過42萬次；10月27日至11月30日辦理「旅行臺北·發現最美」圖文徵稿活動，吸引296篇投稿，網站瀏覽超過8萬人次。統計網站100年1月1日至12月31日瀏覽達160萬689人次，與99年同期150萬5,739人次相較，增加6.31%瀏覽

率，每月平均吸引超過 13 萬人次造訪。

(三) 運用網路資源行銷：率全國縣市政府之先於新浪微博網開設「趣臺北」微博(<http://weibo.com/taipeitravelnet>)，提供大陸民眾臺北旅遊的全方面訊息，向大陸行銷臺北觀光形象。100 年 6、7 月於臉書(Facebook)臺北旅遊網粉絲專頁舉辦「歡樂一夏，歡歡喜喜『趣臺北塗鴉』」二梯次留言活動，吸引計 2,790 粉絲參與，分享臺北旅遊相關經驗，宣傳本市觀光旅遊。

(四) 推動行動旅遊服務：9 月 10 日至 11 月 7 日舉辦「2011 臺北好好玩 App 大賽」，邀請各界以臺北旅遊及生活為題，構思或運用公開資訊開發與臺北旅遊相關的 App 應用服務程式，提供旅遊臺北的民眾能享受便利、美好的臺北經驗；開發中(繁、簡)、英、日文版「臺北輕鬆遊」App，提供使用者旅行前感受豐富的臺北觀光資訊、旅行中體驗臺北的美好與便捷、旅行後透過分享呈現更多元的臺北，並於 12 月 1 日至 21 日舉辦「臺北走透透，全民打卡一起 GO」App 行銷活動，活動期間計有超過 2,000

次打卡紀錄，網站瀏覽超過 6 萬次。

八、優質都會廣播多元服務

臺北廣播電臺擁有 FM93.1「都會資訊臺」及 AM1134「喔！海洋 原住民專屬頻道」二個頻率；FM93.1 目前定位為都會資訊服務頻道暨臺北市防救災專屬頻道，平日以製播各類型與民生及市政訊息相關的節目為主，服務大臺北地區聽眾，當颱風來襲或其他重大災害發生時，則立即發揮防救災宣導功能，期使災害降至最低，以維護市民生命及財產安全。

另 AM1134 自 94 年 5 月 5 日起正式轉型為專為原住民朋友服務之頻道－「喔！海洋 原住民專屬頻道」，成為全國第一個原住民專屬頻道，服務大臺北地區原住民為主，為少數族群發聲管道之一。

臺北廣播電臺100年1月至12月業務重點成果如下：

(一) 發揮都會資訊電臺功能，即時提供聽眾多元的民生及市政訊息：

- 1、週一至週五7時至19時之節目均以現場播出，以加強即時性與機動性，另透過主持人口播、製播廣播帶、節目單元及專訪等方式，提供市民即時生活資訊，包括交通、路況、氣象、財經、衛生保健、節能環保、城市安全、法律扶助等訊息；100年1月至12月公益插播計7萬3,908檔次，宣導重點包括2010臺北國際花卉博覽會相關訊息、路平專案、助妳好

孕、防範一氧化碳中毒、防詐騙宣導、交通安全、無線電視數位化、2011世界設計大會、家庭暴力及性侵害防制等。

2、100年製播5個3分鐘精緻單元，包括「臺北運動風」、「健康宣言」、「Buffet931」、「生活easy go」及「小小故事大道理」等，週一至週五以輪播方式在各節目中播出。

(二) 強化市政溝通平臺功能，製播「臺北你當家」節目：

1、於週一至週五18時至19時現場播出，邀請與市政、民生議題相關之市府首長、同仁及學者專家等作現場討論，並開放聽眾call-in，即時聽取聽眾意見，進行雙向交流，100年1月至12月討論議題計260則，call-in通數計1,789通。

2、自100年3月23日起每週三18時至19時製播「大頭斌報告」單元，由市長親自接受民眾call-in，100年3月至12月call-in通數計357通。

(三) 發揮防災救災體系宣導功能，加強民眾對各項防災的認識與準備：100年1月至12月計廣宣插播3,699檔次、專訪9次。

(四) 2010臺北國際花卉博覽會宣傳：

- 1、為加強行銷「2010臺北國際花卉博覽會」，提供民眾臺北花博活動相關資訊，100年持續開闢每週一至週五19時至20時之「花花臺北」帶狀節目，1月至4月份計播出85集；此外，另製播花博相關廣宣帶於節目中適時播出，1至12月計播出809檔次，並於「臺北你當家」節目專訪7次。
- 2、自花博99年10月試營運起製播「花博資訊快遞」單元，每日7時至22時每15分於節目中報導花博相關訊息，100年1月至4月計播出1萬1,264檔次。

(五) 2011臺北世界設計大會宣傳：

為加強行銷2011臺北世界設計大會，提供民眾設計大會相關資訊，臺北廣播電臺適時在電臺節目中播出設計大會宣導帶，9月至11月計播出3,075檔次；「臺北你當家」節目專訪2次；「三不五時聽臺北」節目專訪14次；「上班族放輕鬆」節目專訪2次；「臺北樂無限」節目專訪1次。

(六) 進行跨機關合作，製播多元族群特色節目，以增進族群相互瞭解：

- 1、除自製原住民節目外，另與原住民電視臺合作，固定於週一至週五11時至12時AM1134原住民專屬頻道聯播原住民電視臺族語新聞，提供大臺北地區原

住民多元及部落生活資訊，100年1月至12月共播出260小時。

- 2、為培養及挖掘優秀廣播人才，分別於100年3月17日、5月22日協助財團法人原住民族文化事業基金會辦理之「原住民族廣播企畫製作人才培訓班」學員及國立臺灣藝術大學廣播社學生至本臺參訪，負起公營電臺之社會教育責任。
- 3、與行政院客家委員會合作，固定於週一至週五20時至21時FM93.1頻率製播「來臺北做客」客語廣播節目，100年1月至12月計播出260集，並於100年5月15日舉辦「客家風情研習營」活動，邀請聽眾參訪新北市客家文化園區及三峽藍染展示中心，增加與聽眾互動之機會。
- 4、與本府勞工局合作，固定於週六、日21時至23時製播外勞節目「HELLO TAIPEI」(包括印尼、泰國、菲律賓及越南等4語版)，100年1月至12月共播出210集。
- 5、為提供民眾豐富的職業訓練與就業機會資訊，與本府勞工局合作於週日9時至11時FM93.1頻率製播「臺北人力銀行」及「職場加油站」2節目，100年1月至12月分別各播出52集。

- 6、針對新住民收聽習慣，製播符合其生活及資訊需求之節目，包括週六、日20時至21時播出之「心際能源會」，100年1月至12月共製播105集。另於週日11時至12時於AM1134製播「開心假日菲律賓」節目，100年1月至12月共製播50集。
- (七) 提供市民第一手國外資訊，與英國廣播公司BBC合作，每週播出14.5小時BBC英語新聞，100年1月至12月計播出約754小時。
- (八) 辦理「士林調幅發射站發射機汰換暨地網增設採購」案：地網增設部分，於100年7月15日完成；發射機裝設部分，已於101年1月4日試發射及調整。本案完成後可加強AM1134頻道聽眾接收效果。