

經濟部所屬(標準檢驗局及所屬、智慧財產局、水利署及所屬、商業發展署)115 年度單位預算評估報告

一五、新增「強化商圈品牌行銷推廣計畫」2.5 億元，允宜研謀依各地發展特色，分級妥擬補助輔導計畫及績效目標，以維成效

商業署 115 年度預算案於「推動商業服務業升級成長-活絡商圈市場夜市經濟」項下，新增辦理「強化商圈品牌行銷推廣計畫」，總經費 8.5 億元，辦理期程 114 至 117 年，115 年度預算案編列 2.5 億元。經查：

(一)計畫內容

1. 計畫內容：經行政院 113 年 8 月 30 日核定，預計於 4 年間(114 至 117 年)投入 8.5 億元¹，規劃採「升級轉型」、「多元推廣」、「精進成長」及「穩定自治」等策略，分別展開「培育輔導」、「品牌拓展」、「競賽表揚」及「特色營造」4 大推動主軸，串連在地特色資源，發揮商圈多元活力，均衡經濟發展，塑造商圈新典範。
2. 預計效益：預計於 4 年間之總體量化效益包含：特色展售及品牌行銷帶動營業額 4.2 億元以上、特色展售及品牌行銷觸及 630 萬人次、品牌推廣暨媒體露出觸及 432 萬人次；補助 830 處商圈行銷活動，共計帶動營業額 8.3 億元(詳表 1)。
3. 115 年度預計辦理事項：115 年度預算案編列 2 億 5,000 萬元，包含委辦費 9,971 萬 5 千元、其他業務費 28 萬 5 千元及獎補助費 1 億 5,000 萬元，預計辦理：(1)結合國際展會、體育賽事及大型文化活動，透過特色展售與品牌行銷，推廣商圈特色及帶動消費。(2)以跨商圈輔導的合作模式，辦理 6 處潛力商圈輔導及 6 個跨商圈合作案，以發揚大型節慶文化活動推

¹詢據商業署略以：114 年度預計經費 1 億元，整併於疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別預算辦理。

廣在地特色，並舉辦 8 場實務技能培訓活動，以提升商圈營運能力。(3)透過中央與地方協力合作，推動卓越商圈競賽，並補助 250 處商圈辦理行銷活動，吸引國內外旅客到訪遊逛，活絡地方經濟。

表 1 商業署「強化商圈品牌行銷推廣計畫」經費及量化效益指標概況表

單位：新臺幣千元

計畫總經費			整體效益	分年效益			
各項策略	總經費	說明		114 年	115 年	116 年	117 年
一、升級轉型	196,000	辦理推動品牌示範商圈	特色展售及品牌行銷帶動營業額 4.2 億元以上	0.6 億元	1.2 億元	1.2 億元	1.2 億元
二、多元推廣	122,000	特色展售 0.61 億元及形象推廣 0.61 億元	特色展售及品牌行銷觸及 630 萬人次	90 萬人次	180 萬人次	180 萬人次	180 萬人次
三、精進成長	32,000	主題競賽 0.16 億元及鼓勵表揚 0.16 億元	媒體合作與公關行銷觸及 432 萬人次	108 萬人次	108 萬人次	108 萬人次	108 萬人次
四、穩定自治	500,000	補助商圈辦理活動	補助 830 處商圈辦理行銷活動，共計帶動營業額 8.3 億元	0.8 億元	2.5 億元	2.5 億元	2.5 億元
總計	850,000	委辦費 3.5 億元及獎補助費 5 億元					

說明：分年度所需經費分別為 114 年度 1 億元，115 至 117 年度各 2.5 億元。
資料來源：商業署提供「強化商圈品牌行銷推廣計畫」（核定本，113 年 8 月）。

(二)近年推動商圈輔導及補助計畫辦理情形

詢據商業署提供近年間辦理商圈²輔導、行銷推廣、補助或數位轉型計畫，彙整詳表 2，並說明如下：

1. 為推動商圈和企業數位轉型，經濟部自 110 年起賡續編列委辦費推動「雲世代商圈數位應用能力提升計畫」，參據該計畫 113 年度執行成果報告統計，110 至 113 年度接受雲世代商圈計畫輔導計 190 處商圈，涵蓋率約 56%。
2. 另「疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別預算」（112 至 114 年度，下稱疫後特別預算）項下「推動產業及中小

²依「強化商圈品牌行銷推廣計畫」說明略以，商圈定義為「由多數店家所組成，聚集於一定的地區所形成的商業聚集區」，並依法成立組織。

企業升級轉型」亦編列有協助商圈營造優美環境、輔導產品低碳化及補助商圈行銷活動等疫後商圈振興計畫(113 年度決算數及 114 年度預算數同為 3 億元);其中商業署於 113 及 114 年度辦理「活絡商圈補助計畫」,由商圈組織提出申請,每一商圈組織限提 1 案,每案補助上限 50 萬元整,補助項目包含「環境優化」、「特色行銷」、「數位應用」、「低碳推廣」及「交流學習」等,113 及 114 年度分別核定補助 264 及 290 個商圈組織。

3. 有關 115 年度「強化商圈品牌行銷推廣計畫」與以前年度差異,參據商業署說明略以:112 至 114 年度疫後振興階段商圈主要為強化自主營運能量及振興經濟,115 年起為擴大內需,以觀光為導向,結合展會、賽事及文化活動,協助商圈廊帶合作,強化觀光行銷,吸引國內外人士在臺觀光消費,帶動周邊商業活動共榮成長。

表 2 商業署近年辦理商圈輔導、行銷推廣、補助或數位轉型計畫概況表

單位：新臺幣千元

預算別	計畫名稱	113 年度 決算數	114 年度 預算數	115 年度 預算案數
公務預算	雲世代商圈店家數位應用能力提升	60,800	63,910	54,558
	強化商圈品牌行銷推廣計畫	-	-	250,000
疫後特別預算	推動產業及中小企業升級轉型-商圈街區營造計畫、商業服務業及商圈智慧化與低碳化計畫等	300,000	300,000	-

資料來源：商業署提供資料(含獎補助款)。

(三)鑑於各區商圈發展條件不同，允宜審慎盤點並依各地發展特色，分類妥擬補助輔導計畫及績效目標，以提高成效

參據商業署 113 年 11 月於行政院第 3928 次院會，有關強化商圈品牌行銷推廣之簡報資料所示，全國現有商圈 328 個，約 4.5 萬家小型商業店家(詳表 3)，其中以北部 134 個最多(占比 40.85%)、南部 93 個(占比 28.35%)次之，另依發展課題區分，

屬「社區型商圈」供社區、學區等民生消費者最多，約占 53%，「都會型商圈」主要位於都會區、交通樞紐商業聚集地區次之，約占 34%，「觀光型商圈」以觀光遊憩為發展主軸，約占 13%。

鑑於我國商圈數眾多，各區商圈提供功能及發展條件不同，參據「強化商圈品牌行銷推廣計畫」所規劃之「預期效果及影響」推估，有關「培育輔導」預計 114 至 117 年潛力商圈輔導 21 處，跨商圈合作輔導 18 案次(計 36 處商圈)，協助 57 處以上商圈升級轉型計算，僅約占我國商圈數之二成，另「特色營造」預計 115 至 117 年間每年補助 250 處商圈計算，每年涵蓋率約 76%。爰此，為合理配置政府資源，允宜審慎盤點以前年度各項商圈輔導計畫之執行成果，避免資源重複投入，並依各地商圈規模及發展特色，分類妥擬補助輔導計畫及績效目標，以維成效。

表 3 113 年 11 月我國商圈組織分布概況表

單位：個；家；%

區域別	商圈數	占比(%)	店家數	占比(%)	各市縣商圈數
北部	134	40.85	23,873	53.20	基隆市 7 個、臺北市 58 個、 新北市 31 個、桃園市 21 個 新竹市 3 個、新竹縣 14 個
中部	66	20.12	6,015	13.41	苗栗縣 4 個、臺中市 23 個、 彰化縣 13 個、南投縣 15 個、 雲林縣 11 個
南部	93	28.35	8,700	19.39	嘉義市 2 個、嘉義縣 16 個、 臺南市 37 個、高雄市 30 個、 屏東縣 8 個
東部及離島	35	10.67	6,282	14.00	宜蘭縣 9 個、花蓮縣 4 個、 臺東縣 10 個、金馬澎 12 個
總計	328	100.0	44,870	100.00	

資料來源：行政院第 3928 次院會商業署「強化商圈品牌行銷推廣」簡報(113 年 11 月 28 日)，本中心自行彙整。

綜上，商業署 115 年度預算案於「推動商業服務業升級成長—活絡商圈市場夜市經濟」項下，新增辦理「強化商圈品牌行銷推廣計畫」，4 年度(114 至 117 年)總經費 8.5 億元，115 年度預算案編列 2.5 億元，鑑於全國商圈數眾多，功能及發展分向亦不相同，允宜審慎盤點並依各地發展特色，分類妥擬補助輔導計畫及績效

目標，以提高成效。