

## 經濟發展局 104 年度施政目標與重點

桃園為國家門戶、亞太軸心城市，以桃園航空城為核心，結合海空港交通優勢，扮演產業發動引擎，帶動桃園整體經濟繁榮。在行銷面，各項推廣活動結合電子商務、媒體、社群網路全力行銷，打造 MIT (Made In Taoyuan) 品牌形象，帶動地區產業發展。在政策面，透過專業講習及教育訓練，優化產業環境，辦理獎助及輔導計畫，以強化競爭力並推動整體經濟發展。此外，為吸引資金投入桃園產業，積極協助廠商排除投資障礙，以「服務有感、投資無限」之理念，改善投資環境，達到招商引資之目標。

本局針對當前社會狀況及未來發展需要，編訂 104 年度施政計畫，其目標與重點如下：

### 壹、年度施政目標

#### 一、桃園好禮拓商機，觀光工廠躍國際

- (一) 持續辦理大型主題商展，整合具產業特色商品，並結合電子商務平台，以廣告、媒體、網路全力行銷桃園 MIT 產品，拓展市場，創升營業額，增加經濟產值。
- (二) 持續發掘潛在觀光工廠業者，協助其轉型成為產業文化館，或參加經濟部觀光工廠、優良觀光工廠、國際亮點認證及評選，將觀光工廠品牌化之內涵朝國際化、觀光化方向推進。

#### 二、補助創新研發，厚植創業能量

補助中小企業早期研發經費，鼓勵從事創新研發，立基藍海市場創造商機。

#### 三、商圈品牌概念融合生活圈，吸引外部消費

- (一) 大園商圈輔導：以仁壽宮為軸心，經由盤點挖掘特色店家、人文故事，發掘潛力特色街區，規劃「異業結盟背包趣」等相關行銷活動，為大園區店家帶來豐富的人潮，讓更多人瞭解大園的人文特色，也為店家帶來無限商機。
- (二) 大溪老街商圈輔導：本年度商圈輔導計畫將結合在地豆干、木藝等特色商品，協助業者投入文創商品開發，帶動當地文創產業，期能將大溪老街商圈塑造成具有高度化商業價值、新舊文化交流、具有教育性及高內涵的休閒生活漫遊商圈。
- (三) 為活絡地方商圈、型塑一商圈一特色及協助商圈永續發展，針對本市商圈進行基礎資料盤點，發掘並結合在地特色及文化，辦理主題活動並高密度宣傳，提升商圈全國知名度及整體營業額，帶動地區性相關產業繁榮。

#### 四、推動桃園市市集提升經營暨行銷推廣計畫

輔導市內公有零售市場及觀光夜市提升競爭力，形塑綠色市集新形象，規劃辦理融合綠色理念之促銷措施及輔導作為等，鼓勵攤商販售在地生產或經安全認證之食品，提供消費者更精緻化的消費體驗，以逐步累積消費者

之信任感及好感度，再造市集競爭力。

#### 五、打造服務有感的洽公環境

賡續提升臨櫃服務品質，精進「以民為尊」的工商登記服務，以提升專業、效能及創新為目標，設置 All in one 服務櫃台，由內而外訂定各項櫃台、志工服務等標準作業程序及規範，加強臨櫃應對、電話禮儀及專業訓練，施行主管走動式管理、諮詢、導引服務，推動有「禮」真好禮貌運動，主動瞭解民眾需求，打造友善、便民、服務有感的洽公環境，提升機關整體親和形象。

#### 六、服務有感、投資無限，全方位招商啟動

本市投資服務中心自 99 年成立全台第一個招商服務單一窗口後，102 年於經濟部舉辦之招商績效評比，榮獲六都組全國第二名殊榮。104 年施政重點將為強化本市投資服務中心品牌力，透過全面服務品質提升(TQM)計畫，並藉由全國首創「產業用地供需媒合平台」與多家優質仲介業者合作，以最高效率提供本市閒置土地、廠房協尋及媒合服務。此外，亦辦理國內外相關招商活動，宣傳本市投資環境、城市品牌行銷並積極引進機場週邊產業，包括航太、物流、研發、展覽、觀光飯店等產業，以打造綠色經濟版航空城為目標，落實服務有感、投資無限，有效提升本市整體經濟繁榮及成長。

## 貳、年度績效指標

施政目標 (權重)	績效指標 (權重)	評估方式	衡量標準	104 年度目標 值
一、桃園好禮拓商機，觀光工廠躍國際 (10%)	1、辦理商展、展售活動(桃園購物節、十大伴手禮、商圈購物巡迴展售、桃園婦幼商品展活動) (3%)	統計數據	產業推廣行銷活動營業額調查值	5000 萬元
	2、協助廠商拓展實體或虛擬通路 (3%)	統計數據	拓展家次	20 家
	3、推廣觀光工廠行銷及輔導 (4%)	統計數據	遊客數	200 萬人
二、補助創新研發，厚植創業能量 (6%)	1、補助企業投入研發創新 (6%)	統計數據	補助家數	35 家
三、推動「桃園市商圈活絡暨行銷輔導計畫」 (10%)	1、行銷宣傳推廣 (10%)	統計數據	商圈行銷宣傳推廣營業額成長	20%
四、推動桃園市市集提升經營暨行銷推廣計畫 (10%)	1、行銷宣傳推廣 (5%)	統計數據	市集營業額成長率	10%
	2、綠色示範攤 (5%)	統計數據	推廣綠色理念攤位數	30 家
五、打造服務有感、洽公環境 (4%)	1、辦理為民服務滿意度調查活動 (4%)	統計數據	服務滿意度	80%
六、服務有感、投資無限，全方位招商引資啟動 (10%)	1、辦理招商活動行銷本市投資機會(含座談會、論壇、招商說明會等) (5%)	統計數據	招商活動參加人數	450 人

	2、協助廠商排除投資經營障礙 (5%)	統計數據	本年度新增 協助廠商家 數	40 家
--	------------------------	------	---------------------	------

參、年度重要施政計畫與預算配合對照表

業務別	重要施政計畫項目	實施內容	經費概算 (單位：千元)	備註
一、產業發展	1、產業蛻變·觀光工廠領航計畫	盤點具潛力之傳統產業工廠發展轉型為具綠能、環保亮點之國際型觀光工廠。	1,500	產發基金
	2、地方產業創新研發推動計畫(SBIR)	協助創業者運用經濟部微型科專計畫(SBIR)資源投入創新研發，技術深化轉型升級。	18,000	產發基金
二、商業發展	1、桃園購物節活動	延續桃園歷年購物節活動成效，行銷桃園MIT。	5,000	市預算
	2、桃園婦幼商品展	集結各大婦幼用品相關優質企業，及結合本市各商圈，推展商圈婦幼主題巡迴活動。	5,500	產發基金
	3、桃園好禮徵選暨輔導計畫	延續辦理桃園十大伴手禮活動，並擴大協助優質伴手禮商品包裝設計，提升桃園好禮形象。	3,500	市預算
	4、桃園市商圈活絡暨行銷輔導計畫	新增開發潛力商圈，並延續輔導既有有商圈，型塑一商圈一特色，藉由辦理主題活動、商圈帶逛遊及開發特色商品等，提升商圈消費人潮及知名度。	9,000	市預算
	5、觀光導覽地圖設置	結合資訊化科技看板，提供商圈店家即時資訊及商圈導覽服務。	5,000	市預算
	6、竹圍旅遊帶行銷計畫	設計及規劃活動主題，擴大旅遊圈，辦理具吸引力的遊程，吸引遊客造訪，建立提升竹圍渡假村知名度。	4,000	市預算
	7、濱海休閒行銷推廣	藉由一系列導覽及觀光活動，吸引消費者進入商	4,000	市預算

		圈消費，提升店家知名度，進而帶動營業額成長。		
	8、大園商圈輔導計畫	以仁壽宮為軸心，結合當地傳統信仰元素，藉以吸引國際旅客駐足參訪，輔導特色店家行銷，規劃相關遊逛行程，有效提升大園購物特區知名度。	3,500	市預算
	9、桃園好客 APP 行銷推廣	有鑑於國人喜用手機、平板等 3C 產品，將以食、衣、住、行為主題，開發 APP 軟體，向國人介紹全新且最好客的「桃園市」。	3,500	市預算
三、公用事業	1、桃園市市集提升經營暨行銷推廣計畫	(1) 辦理綠色觀光夜市輔導專案。 (2) 辦理融合綠色理念之市集促銷活動。 (3) 教育訓練與觀摩行程。 (4) 辦理市集推廣行銷活動。	6,000	市預算
四、招商業務	1、投資服務中心品質提升計畫	(1) 擴大辦理國內招商說明會，宣傳本市優質投資環境。 (2) 加強投資環境整合行銷。 (3) 設置本市投資服務中心「桃園投資通」互動式招商網，及「投資服務中心專案管理系統」，健全招商機制。 (4) 委託擴大辦理「產業投資標的媒合計畫」，提供潛力投資廠商用地資訊，進而媒合市內閒置土地及廠房。	18,000	市預算