

# 經濟發展局 108 年度施政績效報告

## 壹、願景及任務

### 一、願景：

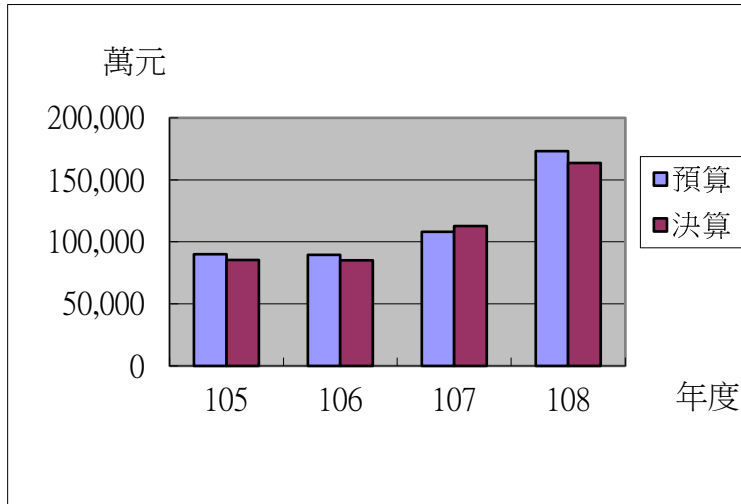
本市是全臺第一工業科技大市，全國 500 大製造業中超過 3 分之 1 設廠本市，市內產業範圍從傳統到高科技產業，涵括物流、光電、高科技、航太、汽車零件、生技、農業、綠色能源及傳統產業等聚落。未來將配合國家各項重大經濟政策，持續推動智慧航空城及亞洲矽谷計畫，積極辦理國內、外招商，並透過改善基礎環境、強化投資誘因、排除投資障礙等措施，以提昇本市投資環境品質；積極鼓勵產業創新，協助傳統產業轉型觀光工廠與產業文化館，推動發展產業聚落及產業生態鏈，活絡商圈及市場發展，並改善相關軟、硬體設施，以期完備整體投資環境，提高就業機會，促進產業永續發展，創造安居樂業的新桃園。

### 二、任務：

- (一) 積極引進國內外優質企業到本市投資設廠，增加在地企業擴大投資意願，鼓勵企業將營運總部新設或遷設本市，並透過本市投資服務中心單一窗口排除投資障礙，提升投資服務品質及招商實績，進而帶動地方發展，增加在地就業機會，促進本市整體經濟發展。
- (二) 協助本市境內有特色之傳統產業轉型成觀光工廠或產業文化館。
- (三) 透過產業輔導措施，提供產業行銷轉型、研發補助等多元資源。
- (四) 持續舉辦主題商展及展售活動，以廣告、媒體、網路全力整合行銷桃園 MIT 產品。
- (五) 透過相關輔導機制，提升業者品牌經營與管理能力，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。
- (六) 輔導本市公有零售市場及觀光夜市提升競爭力，形塑特色市集新風貌。
- (七) 持續辦理本市轄內實收資本額未達新臺幣 5 億元之公司登記、商業登記及工廠登記業務，加強簡政便民服務，精進服務效能提升。
- (八) 提昇本市再生能源發電之比重。
- (九) 提昇本市自來水普及率。

## 貳、近 4 年預算及人力

### 一、近 4 年預、決算趨勢(單位：萬元)



單位：萬元

預算數/年度		105	106	107	108
公務預算 (市預算)	預算	73,930	70,859	88,235	153,685
	決算	70,294	68,391	86,593	143,233
產業園區 開發管理 基金	預算	15,975	18,771	19,892	19,466
	決算	15,210	16,684	26,170	20,391
合計	預算	89,905	89,630	108,127	173,151
	決算	85,504	85,075	112,763	163,624

## 二、預、決算趨勢說明：

### (一) 預算增減原因分析：

各項前瞻計畫較前一年度年度增加，致預算增加。

### (二) 預、決算落差原因分析：

1. 市預算：主因為部各項工程招標結餘及各項經費摺節開支所致。

2. 基金預算（產業園區開發管理基金）：主因為108年度辦理超支併決算作業所致。

## 三、實際員額：

項目/年度	105	106	107	108
正式職員	84	92	90	93
約聘僱人員	74	77	96	100
臨時人員	15	23	28	28

合計	173	192	214	221
----	-----	-----	-----	-----

### 參、策略目標達成情形

策略目標	績效指標	原定目標值	實際達成值	達成度	績效衡量暨達成情形分析
一、配合中央及本府重大產業政策，推動亞洲矽谷及桃園航空城等計畫，積極辦理招商工作，如國外招商說明會、重點產業企業聯繫論壇等，藉以招攬本市策略性重點產業企業投資桃園並帶動地方經濟繁榮，提升國際形象與能見度。	(一)辦理企業聯繫會議	辦理 3 場次	3	100%	達成原定目標值。
	(二)辦理國外招商說明會	辦理 1 場次	1	100%	達成原定目標值。
二、加強輔導觀光工廠與產業文化館轉型，促進產業聚落與產業鏈整體發展	本市觀光工廠及產業文化館參訪人次	參觀人數達 300 萬人次	244 萬 4,859 人	81.3%	參觀人次未達目標主要原因： 1. 部份觀光工廠及產業文化館為維持良好參訪品質，採預約制，控制參觀人數。 2. 桃園地區觀光景點增加，分散遊客人數。
三、透過產業輔導措	(一)補助企業投入創新	補助家數 40 家	補助 54 家	100%	1. 達成原定目標值。 2. 本市共 132 家企

施，提供產業行銷轉型、研發補助等多元資源	研發				業提出申請，經審查核定通過54家
	(二)補助企業提升節能及防污設備技術	補助家數5家	補助10家	100%	1. 達成原定目標值。 2. 共13家企業申請經審核通過10家。
	(三)輔導豆製品產業提升合法化意願	補助家數3家	補助4家廠商(廠房租金)	100%	1. 達成原定目標值。 2. 計有正文、益大理研、永力豐及鑫宏等4家公司核定通過。
四、商圈活絡暨行銷推廣	(一)商圈輔導及行銷推廣	商圈店家滿意度70%	85%	100%	達成原定目標值。
	(二)補助商圈團體辦理活絡商圈經濟活動	商圈參與店家數50家	472家	100%	達成原定目標值。
	(三)商圈產業店家品牌輔導及改造	在地店家參與數20家	55家	100%	1. 達成原定目標值。 2. 中平商圈店家特色改造參與5家店、中壢五大商圈友善店家品牌輔導50家。
五、宣傳行銷 Made in Taoyuan 產品，協助廠商拓展商機、提升品牌知名度	辦理商展及展售活動(購物節、婦幼商品展、金牌好禮、金牌好店活動)	產業推廣行銷活動營業額5,500萬元	1億5,300萬元	100%	1. 達成原定目標值。 2. 桃園購物節營業額新臺幣1億3,000萬元、婦幼展營業額2,000萬元、桃園好禮/好店營業額300萬元。
六、推動桃園市市集提升經營暨行銷推廣計畫	(一)傳統市集深度輔導	攤商滿意度70%	87.8%	100%	達成原定目標值。
	(二)市集名攤評選競賽	參與攤商170家	340家	100%	達成原定目標值。

	(三)主題促銷活動	參與攤商營業額成長率 12%	25.36%	100%	達成原定目標值。
	(四)培力工作坊	參與攤商 100 人次	118 人	100%	達成原定目標值。
七、提升公司、商業及工廠登記申辦服務效能	辦理民眾滿意度調查	民眾滿意度 70%	96.97%	100%	達成原定目標值。
八、再生能源發電系統設置補助計畫	補助再生能源發電系統設置	補助設置容量 10MW	補助裝置容量 太陽光電 8.056MW	80.56%	未達目標主要原因為：編列 3,000 萬元經費，共補助 1. 太陽光電 52 案 (2500 萬)，裝置容量達 8.056MW。 2. 儲能設備 3 案 (500 萬)，裝置容量為 891kWh。
九、桃園市無自來水地區自來水延管經費補助計畫	全市無自來水地區延管裝設	提升自來水接管依實際補助標準辦理(至年度預算用罄為止)	8,000 萬	100%	本年補助件數核定通過共計 34 件，108 年度預算全數使用完畢。
十、公有零售市場新建工程計畫，營造優良市集新典範	(一)東門公有零售市場	計畫進度達 70%	進度 81%	100%	達成原定目標值。
	(二)中壢第一公有零售市場	計畫進度達 25%	進度 29%	100%	達成原定目標值。
	(三)平鎮新富市場	計畫進度達 50%	進度 50%	100%	達成原定目標值。

#### 肆、未達目標值之策略目標檢討

策略目標	績效指標	達成度差異值	未達成原因暨因應策略
一、加強輔導觀光工廠與產業	本市觀光工廠及產業文化館參訪人次	18.7%	一、108 年遊客參訪人數為 244 萬 4,859 人，參觀人次

文化館轉型，促進產業聚落與產業鏈整體發展			<p>未達目標主要原因：</p> <p>(一) 部份觀光工廠及產業文化館為維持良好參訪品質，採預約制，控制參觀人數。</p> <p>(二) 桃園地區觀光景點增加，分散遊客人數。</p> <p>二、109 年將持續積極輔導本市傳統工廠轉型觀光工廠及產業文化館。</p>
二、再生能源發電系統設置補助計畫	補助再生能源發電系統設置，補助設置容量 10MW	19.44%	<p>本案計畫自 104 年起補助太陽光電發電設備，自 108 年起為穩定間歇性再生能源對於電網的衝擊，首度移撥 500 萬元補助儲能設備，儲能設備為支持再生能源持續發展重要的輔助設備之一，目前建置成本仍高，未來將逐步調整太陽光電發電設備及儲能設備補助經費。</p>

## 伍、績效總評

### 一、業務面向：

(一)配合中央及本府重大產業政策，推動亞洲矽谷及桃園航空城等計畫，積極辦理招商，如國外招商說明會、重點產業企業聯繫論壇相關活動等，以招攬策略性重點產業企業投資桃園並帶動地方經濟繁榮，提升國際形象與能見度

#### 1. 國內招商相關會議及論壇

為行銷本市之投資環境優勢(如完整產業供應鏈、亞洲·矽谷推動方案、桃園航空城計畫等)與投資商機，並推廣本市之獎勵投資補助相關措施，辦理 3 場國內企業聯繫會議：

(1) 108 年 7 月 18 日辦理「回流桃園 躍起創未來」2019 桃園市企業聯繫會議 X 亞洲台灣商會聯合總會第 26 屆年會，邀請亞總位於亞洲各國會長、分會長及台商會員等共襄盛舉，建立本府與台商的交流平台，展現桃園可具投資的蕪

新動能，並吸引亞洲其他國家之台商回流桃園。

- (2) 108 年 8 月 27 日辦理[智匯桃園 躍起創未來]2019 桃園市重點產業企業聯繫會議，以「智慧產業」為活動主軸，邀請知名產官學研代表擔任專題講者，就產業轉型策略及實務經驗進行剖析，協助各企業與會代表瞭解產業轉型之必要性及關鍵點，並展現桃園產業園區的多元特色及聚落特性，使欲落腳桃園之企業掌握園區特性及發展時機，增加投資意願。
- (3) 108 年 11 月 20 日辦理[鏈結桃園 躍起創未來]2019 桃園市外資企業聯繫會議，計有 60 家國內外資企業出席與會，會中說明本市產業發展策略及廣宣本市「亞洲矽谷計畫」、「前瞻基礎建設計畫」及「桃園航空城計畫」國家級計畫，輔以在地外資企業的投資經驗分享，藉以吸引外資企業進駐本市及提升外資企業擴大投資之意願。

## 2. 國際招商相關會議

為借重國際企業的創新經驗與新進技術，吸引國外企業投資本市，促進桃園產業升級轉型並帶動就業機會，108 年 6 月赴德國法蘭克福、斯圖加特、亞琛等地招商，期間拜訪卡爾斯魯爾市政府 (Karlsruhe City Government)、亞琛市政府 (City of Aachen Government) 與法蘭克福展覽公司；拜會自駕車、智慧製造、物流等知名德商，並於 6 月 25 日於斯圖加特 (Stuttgart) 辦理招商說明會，為本市及德國企業尋找合作利基。

### (二)加強輔導觀光工廠與產業文化館轉型，促進產業聚落與產業鏈整體發展

本市現有 28 家觀光工廠及產業文化館，18 家為觀光工廠，10 家為產業文化館，其中「郭元益糕餅博物館」、「宏亞巧克力共和國」及「祥儀機器人夢工廠」及「金格卡司蒂拉樂園」通過經濟部國際亮點評鑑，本市國際亮點觀光工廠為全台第一。108 年本市觀光工廠遊客人次達 244 萬人次。

### (三)透過產業輔導措施，提供產業行銷轉型、研發補助等多元資源

1. 持續辦理「地方產業創新研發推動計畫」(簡稱地方型 SBIR)，挹注中小企業研發資金，輔導業者產業升級轉型，108 年度共補助 54 間企業投入研發。
2. 邀集產學研界專業人士組成「桃園市工廠綠色化輔導團」，協助桃園境內工廠落實清潔節能改善，並配合環保署法規，針對工業鍋爐改善輔導，108 年度共計受理 13 間廠商申請，核定通過 10 家企業，共計補助 441 萬元。

3. 推行「桃園市豆製品產業輔導計畫」，補助房地租金及融資利息，以提升辦理工廠登記意願，108 年共有 4 家工廠獲核定補助。

#### (四) 商圈活絡暨行銷推廣

##### 1. 商圈輔導及行銷推廣

包含潛力商圈盤點調查及評估、發行商圈特刊、商圈陪伴管理提升、辦理參與式預算公開投票及行動支付推廣，成果如下：

- (1) 潛力商圈盤點調查及評估 3 處：盤點本市大竹、崎頂、華勛 3 處潛力商圈基礎資料及現況，進行區域總體資源盤點與分析，針對潛力區域實施盤點調查與評估成立商圈之可能性。
- (2) 發行 3 處商圈特刊：發行本市博愛商圈、藝文商圈、站前商圈、中原商圈及八德商圈共 5 處特刊，每刊於 6 月及 9 月分別發行 1 至 3 期，記錄商圈獨特人文地景、特色店家及品牌故事。
- (3) 商圈陪伴管理提升：完成 12 處商圈輔導陪伴/訪視，輔導商圈補助專案辦理及管理，以及辦理商圈觀摩列車及商圈交流座談會，提升商圈組織自主管理能力，透過推廣活動，促進商圈經濟發展。
- (4) 辦理參與式預算公開投票 1 場次：完成博愛商圈參與式預算公開閱覽及公開投票作業，經線上投票與實體投票統計結果於本局官網露出。
- (5) 輔導 151 家店家完成行動支付導入：為推動本市無零錢商圈政策，協助本市商圈共計 151 家店家導入行動支付工具，提供消費者多元支付管道，提升店家競爭力。

##### 2. 補助商圈團體辦理活絡商圈經濟活動：

108 年度受補助商圈計有 12 處，主要辦理活絡商圈行銷活動，藉以凝聚商圈店家向心力及集市效果，提升商圈知名度。辦理情形及執行成果臚列如下：

- (1) 中壢中平：舉辦「犀壠角落-中平音樂藝術季」音樂比賽活動，吸引約 50 間學校參加，以音樂展現青春活力，成功聚集年輕朋友，增加中平商圈買氣。結合當地商家辦理店家創意布置競賽，並配合父親節辦理公益 T 恤彩繪活動，提供親子 DIY 彩繪同樂，為現場每個家庭於父親節前夕留下最美好的回憶。活動期間創造店家平均滿意度及消費者平均滿意度皆逾 80%。
- (2) 中壢六和：搭配萬聖節慶主題，於 108 年 10 月 27 日辦理「百變驚像獎-萬聖



鬼王遊六和」活動，內容包含變裝秀競賽與踩街遊行，同時推出「六和好 Shop」商圈聯合行銷活動及發行商圈遊逛地圖，介紹活動店家相關優惠，帶動商圈人氣及買氣，活動期間創造店家平均滿意度及消費者平均滿意度逾 90%，本活動共 50 間商圈店家參與，活動期間商圈來客數共增加約 18,000 人次，參與店家增加人次約 600 人，總體營業額增加約 400 萬元。

- (3) 桃園站前：舉辦「相約桃園站前，幸福蔓延」活動，以美麗幸福特色產業作為商圈特色推廣主軸，搭配抽獎活動，共 50 間商圈店家參與，刺激商圈經濟活絡。活動期間創造營業額增加約 315 萬元、活動參與逾 5,500 人次。
- (4) 桃園博愛：舉辦「古城區好愜意—鬥陣尋寶趣」活動，製作店家故事戳章進行古城尋寶集章活動，開發商圈店家行銷伴手禮及辦理 10 場帶逛遊活動等。本活動共 30 間商圈店家參與，逾 200 位民眾參與商圈逛遊導覽，促使古商圈活化，引入人潮。
- (5) 龍潭龍元宮：結合在地廟宇龍元宮辦理「五穀爺文化季」活動，以五穀爺聖蛋節-扭轉乾坤敲好運，推出商圈消費滿額扭蛋活動、及辦理硬頸創意市集，另舉辦神遊龍潭晚會邀請樂團及民歌手演唱，活動期間營業額成長 20%、來客數成長 20%、店家滿意度 85%。
- (6) 八德商圈：以「108 年度八德商圈吃喝玩樂馬拉松活動」為主題推廣商圈，並結合本府地景藝術節，打造八德商圈成為桃園遊逛的首選商圈，活動期間店家增加協會會員 10 家，活動參與人數達 11,889 人次。
- (7) 桃園藝文：舉辦「幸福藝文 手作嘉年華」系列活動，帶領民眾體驗萬聖節手作面具同時舉辦以甜點、茶、花、畫等主題多項手作體驗，透過幸福企業的打造，增進藝文商圈店家與地方和睦關係培養，同時透過工作坊凝聚商圈團隊向心力，本活動共 20 間商圈店家參與，活動期間參與人次達 1,000 人次，消費者滿意度、店家平均滿意度均超過 80%。
- (8) 楊梅四維：辦理「『眷』戀楊梅 四維好『客』」活動，結合眷村氣息、客家傳統的水龍節，活動內容包含「泳裝大賽」、童玩闖關、摸彩、創意特賣等，本活動共 48 間商圈店家參與，商圈來客數共增加約 3,000 人次，店家平均滿意度均超過 80%。
- (9) 大溪：辦理「遇見大溪·街角咖啡慢遊時光」活動，引導民眾深入商圈的街

頭巷尾，發掘更多特色新穎且具有不同風格之店家，本活動共 43 間商圈店家參與，活動期間店家及消費者平均滿意度均超過 80%。

- (10) 中壢中原：辦理「中原食衣節-中原商圈 88 情人 GO」活動，製作全攻略商圈導覽地圖手冊及串連電視媒體與當地知名社群媒體。透過當地知名 fb 社團與網友互動，讓中原商圈顧客回流率更高。並與旅遊美食部落客合作，把商圈資訊與地圖充分包裝與詮釋。本活動共 101 間商圈店家參與活動，活動期間創造營業額及來客數皆成長達 15% 以上，另店家滿意度及消費者滿意度平均效益達 80%。
- (11) 魅力金三角：於 108 年 5 月至 11 月間辦理「國慶長街宴，魅力好食在」系列活動，包含 8 月 1 日至 8 月 26 日商圈提升課程共 4 場次、9 月 12 日、9 月 21 日及 10 月 4 日商圈遊逛共 3 梯次、10 月 10 日升旗遊街國慶嘉年華 1 場次、10 月 10 日國慶感恩長街宴 1 場次及 10 月 25 日至 10 月 26 日標竿案例學習等，活動期間參與活動店家數達 43 家、店家對活動滿意度達 99% 及活動參與者滿意度達 96%。
- (12) 角板山：於 108 年 10 月至 11 月舉辦店家培力課程 3 場次，參與人數達 116 人次，10 月 14 日至 10 月 16 日標竿案例學習、10 月 20 日至 11 月 15 日 15 家友善店家商品標示牌，店家對活動滿意度平均達 80%

### 3. 商圈產業店家品牌輔導及改造：

- (1) 店家特色改造，遴選中平商圈潛力店家，重塑店家之品牌定位、展售空間及整體行銷 3 構面，透過專家訪視診斷、專業執行團隊之輔導，打造商圈特色亮點店家共計 5 家。
- (2) 輔導中壢五大商圈共計 50 家店家提升友善服務項目，強化消費者到商圈逛遊品質，提高消費者進到商圈與實體店家消費的意願，藉以提升商圈整體營業額，並透過提供友善服務加強桃園整體良好形象。

### (五) 宣傳行銷 Made in Taoyuan 產品，協助廠商拓展商機、提升品牌知名度

#### 辦理商展及展售活動

#### 1. 桃園購物節

本屆活動有別於歷屆一般商展辦理模式，分為「啤酒」、「咖啡」2 大主題活動規劃，分述如下：

- (1) 啤酒·狂歡一杯子：108 年 8 月 16 日、17 日於桃園藝文廣場舉辦「2019 桃園購物節-啤酒狂歡一杯子」活動，規劃 6 大特色展區，共招商 101 個攤位（不含政令宣導及公益攤位）、89 家業者共襄盛舉，2 天共吸引約 2 萬多人次參與，營業額約 1,000 萬元。
- (2) 咖啡·幸福一杯子：108 年 11 月 9 日、10 日於中壢銀河廣場舉辦「2019 桃園購物節-咖啡幸福一杯子」活動，規劃 4 大展區，共招商 50 攤位，2 天共吸引 1 萬 5 千多人次參與，營業額約 1,000 萬元。
- (3) 好禮狂享曲：108 年 8 月 1 日至 11 月 10 日期間結合本市各大百貨、店家辦理消費滿額抽汽車活動，摸彩券共登入 7 萬多筆，總金額高達 1 億 1,000 萬元。
- (4) 總計 2 大主題活動及消費滿額抽汽車活動，創造 1 億 3,000 萬業績。

## 2. 桃園婦幼商品展

本屆婦幼商品展活動有別於歷屆一般商展辦理模式，特別結合本市商圈及觀光工廠資源，以「幸福」、「溫馨」、「親子」等元素來規劃 2 大系列活動，分述如下：

- (1) 幸福月活動：結合本市「桃園站前商圈」、「博愛商圈」之婚紗嫁娶、喜餅糕餅、珠寶飾品、美容美髮業者，於 108 年 8 月 1 日至 108 年 9 月 30 日期間共同祭出優惠，吸引新人前來消費。
- (2) 婦幼商品展：結合本市觀光工廠，自 108 年 9 月 6 日至 108 年 9 月 9 日於巧克力共和國舉辦，總計招募 66 家廠商（90 攤）參展，展期間眾多商品超優惠，民眾可按活動文宣方便採購所需。
- (3) 總計 2 大系列活動，創造約新臺幣 2,000 萬元業績。

## 3. 「桃園好禮(伴手禮)」暨「金牌好店」整合行銷推廣

邀請本市歷屆金牌好禮/金牌好店共同合作，創新提出「桃園品牌行銷推廣計畫」，進行「桃園品牌意象重整」、「國內外行銷宣傳」、「參與數位行銷平台」以及「國內外實體展售會」等工作，完成工項如下：

- (1) 2019 桃園金牌 BEST 20 家、2019 桃園金牌 42 家品牌認證，打造「2019 桃園金牌-台灣第一站」品牌識別。
- (2) 完成 1 場日本東京代代木-台灣祭展出及活動現場 2 萬份桃園品牌日本文版

地圖發送，觸及人數高達 20 萬人次。

- (3) 日本 taipeinavi 雜誌 2 季桃園金牌美食地圖宣傳，見刊兩期共 16 萬份。
- (4) 完成桃園市府川堂 2 檔(端午、中秋)主題展售、1 檔新光三越百貨桃園站前店桃園金牌主題展售及 1 場桃園藝文廣場-「開飯開販/托涵生活節」主題銷售活動，總銷售額超過新臺幣 300 萬元。
- (5) 1 檔 TVBS 食尚玩家-不推怎行-網路節目推廣，臉書影片觀看人數 9 萬 6,988 人次，YouTube 觀看人次 4 萬 1,000 人次。
- (6) 1 檔 TVBS-影音媒體推廣，臉書觀看人次 2 萬 5,630 人次。
- (7) 1 檔三原 JAPAN 網紅桃園品牌推廣，影片觀看人數高達 29 萬人次。
- (8) 輔導桃園金牌優質商品上架 PChome 購物平台。

#### (六)推動桃園市市集提升經營暨行銷推廣計畫

##### 1. 傳統市集深度輔導

- (1) 市場攤位改造計畫：為輔導市集攤商主動思考未來之定位及發展方向，今年度新增攤改計畫，藉由專業團隊輔導與改造，協助攤商成為具示範推廣之現代化市場攤位標竿。今年度完成 5 攤攤位改造，並榮獲經濟部樂活名攤評鑑星等，分別為大園市場-船仔頭手工愛玉(5 星)、興國市場-阿嬌の柑仔店(5 星)、立生牛肉店(4 星)、大湳市場-碧綠青菜鋪(3 星)、新明市場-大眾豆花(3 星)。
- (2) 輔導參與經濟部優良市集及樂活名攤認證：今年度共 6 處市集維持獲評為優良市集，包含興國市場(4 星)、大園市場(3 星)、中壢觀光夜市(3 星)、大湳市場(3 星)、桃園觀光夜市(2 星)、新明市場(1 星)；樂活名攤部分則有 250 攤通過星等評核，較去年樂活名攤總數(78 攤)成長 3.2 倍。

##### 2. 市集名攤競賽

擴大結合公有市場及公民營觀光夜市辦理「市集名攤」競賽，共計有 340 攤報名參加，並邀請「市場專家」、「網紅部落客」及「美食家」等領域之專家成立評選團實地評鑑，並評選出「好食美味組」及「生鮮百貨組」之「金賞」、「銀賞」、「銅賞」各 1 名及潛力賞等 14 個獎項，並於 108 年 7 月 31 日辦理成果發表暨頒獎典禮，由市長頒贈獎盃及高達新台幣 30 萬元的競賽總獎金，並經由網紅部落格行銷宣傳獲獎名攤，以行銷桃園在地特色攤商。

### 3. 主題促銷活動

108 年 8 月擇定中壢觀光夜市及桃園觀光夜市辦理「2019 桃園夜市最夏趴」活動，除了舞台活動當天規劃表演及抽獎節目外，今年度新增夏趴屋及扭蛋機，吸引許多民眾前來拍照打卡，整體提升夜市宣傳效益，並帶動平均消費金額提高 25.36%。

### 4. 市集交流及觀摩

(1) 108 年 10 月 30 日至 31 日辦理「標竿市集觀摩」，帶領本市市集自治組織幹部及各區公所市場管理員(共計 84 人)參訪獲經濟部評鑑之優良市集，包含臺中第二市場(4 星+品牌市集)及逢甲夜市(4 星)等，以精進本市傳統市集自治組織及攤商管理技能、經營理念及現代化革新等工作。

(2) 108 年 11 月 4 日辦理「市集交流座談會」，邀請本市公有零售市場、公民營攤販集中區之自治會幹部及各區公所市管員經驗分享及交流，共計 167 人參與，並於交流餐會中頒贈經濟部認證優良市集標章，以表彰獲獎市集之榮譽。

### (七)提升公司、商業及工廠登記申辦服務效能。

1. 為提升工商登記申辦服務效能與為民服務品質，除臨櫃受理、一站式、郵寄等申辦管道外，亦提供多項商業登記超商申辦服務項目，民眾可直接於統一超商進行案件之送件及繳費，滿足多元化便民申辦服務之需求，並配合中央推動公文電子送達服務，節省公文紙張列印。

2. 與台灣省會計師公會、桃園市記帳士公會、桃園市會計學會及桃園市稅務代理人協會合作，提供稅務法規等專業諮詢，亦有志工人員協助指引臨櫃申辦之民眾，積極落實便民服務，提升申辦服務效能。

### (八)再生能源發電系統設置補助計畫

108 年度編列新臺幣 3,000 萬元(太陽光電發電設備 2,500 萬元、儲能設備 500 萬元)，儲能設備補助 3 案，裝置容量為 891kWh；太陽光電共計補助 52 案，裝置容量達 8.056MW，預估年發電量約 860.38 萬度，約可供應 2,465 戶家庭之年用電量，年減碳量約 4.46 公噸。

### (九)桃園市無自來水地區自來水延管經費補助計畫

為照顧本市無自來水地區居民，編列新臺幣 8,000 萬元配合經濟部水利署無自來地區計畫，補助本市民眾申裝自來水，108 年度共補助 34 案，受益戶數計 573

戶；外線補助受益戶數計 317 戶。

(十)公有零售市場新建工程計畫，營造優良市集新典範

1. 東門公有零售市場

(1) 為配合舊東門市場安攤需求，本局於 104 年至 109 年逐年編列 7 億 7,211 萬預算，新建地下三層，地上五層建物，打造桃園區市場新地標並安置永和及東門市場攤商。

(2) 工程已於 106 年 11 月 13 日開工，預計於 109 年 7 月 31 日竣工，截至 108 年 12 月 31 日，工程預定進度為 80.71%，實際進度為 81.87%。

2. 中壢第一公有零售市場

(1) 中壢第一市場建築物因民國 100 年評估耐震能力不符現今標準，爰拆除重建以維護公共安全，本局於 105 年至 110 年逐年編列 6 億 4,391 萬預算，新建地下四層，地上六層建物，以促進周邊商業活動及觀光旅遊與重塑中壢區之地標。

(2) 工程已於 106 年 12 月 13 日開工，預計於 110 年 6 月 2 日竣工，截至 108 年 12 月 31 日，工程預定進度為 22.90%，實際進度為 29.53%。

3. 平鎮新富市場

(1) 為因應鄰里採買及停車需求，本局於 106 年至 109 年逐年編列 6 億 2,043 萬元預算，新建地下二層，地上五層建物，打造具有超級市場、客家文創、市民活動中心、公托中心、社企中心、停車場等多功能綜合大樓。

(2) 工程已於 107 年 8 月 1 日開工，預計於 109 年 6 月 21 日竣工，截至 108 年 12 月 31 日，工程預定進度為 50.00%，實際進度為 50.03%

二、人力面向：

(一)為利人力規劃及運用，並掌握用人時效，均確實控管缺額情形，並將賡續控管。

(二)為有效強化人員考核管理，本局各單位主管均確實藉由面談機制之運作，適時輔導同仁提升工作績效，並仍將依規定賡續配合辦理。

三、經費面向：

(一)預算執行率：本年度預算執行率為 87.07%，係因本年度前瞻計畫及各項市場工程案件屬跨年度計畫，未於 108 年度完成，依規定辦理保留所致，將持續追蹤檢討各案執行情形，加強預算執行執行進度。

(二)爭取中央計畫型補助款：本年度爭取補助及協助收入計新臺幣 5 億 1,361 萬 2,723 元，未來將持續積極爭取各項補助來源。

(三)增加公庫其他收入：未來將持續積極創造財源以充裕市庫。