

1+1>2之經濟振興方案： 第三屆臺中購物節為例

- ◎林宗昱／中華經濟研究院綠色經濟研究中心 分析師
◎劉哲良／中華經濟研究院綠色經濟研究中心 研究員
◎陳信宏／中華經濟研究院第二（國際經濟）研究所 所長

因應疫情對經濟所造成之衝擊，各國家或城市皆積極提出紓困及振興方案，以減緩影響並提振受創之產業經濟。而2021年第三屆臺中市購物節活動期間正值中央振興券之發放，可發揮1+1>2的經濟提振效果。根據分析結果顯示，無論在經濟產值帶動效果及GDP創造效果皆高於第二屆購物節之成果，這個案例亦是如何組合不同振興措施來得到加乘效果的一個良好借鏡。

關鍵詞：投入產出分析、經濟影響、振興方案

Keywords: input output analysis, economic impacts, recovery package

1+1>2之振興加乘措施

臺灣這兩年受到疫情影響，並在去年（2021）5月爆發了第二波本土疫情。為降低感染風險，國人減少外出與避免室內集會活動，降低外出消費，加上各國採取邊境管制措施與提高出國旅遊警示，以致於出入境人次大幅減少，國內消費備受衝擊。為了支持受衝擊的產業同時提振經濟，中央政府規劃發放振興券給予民眾使用，希望在大環境條件不景氣下，透過振興券的發放，發揮點火效應，帶動消費提升與國內經濟回溫。

除了中央積極提振國內經濟，地方城市也是加速振興的有效貢獻者之一，如何透過相應的措施來吸引並善用振興券這股活水拉動消費、以促進地方經濟，成為各地方政府重要的施政考量。而臺中市政府為積極振興疫後經濟，致力打造「富市臺中、新好生活」，延續過往購物節所建立的成功典範，於去（2021）年10月10日至12月9日舉辦為期2個月的第三屆「臺中購物節」。活動時間不僅搭上中央振興券之發放，市府更加碼總金額逾3億元，開出6萬多組現金獎，以期能夠透過中央、地方政策之組合，發揮1+1>2的經濟提振效果。