

第四屆臺中購物節創新作法 對經濟效益之影響

◎林宗昱／中華經濟研究院綠色經濟研究中心 分析師

◎劉哲良／中華經濟研究院能源與環境研究中心 主任

◎陳信宏／中華經濟研究院 副院長

2022年第四屆臺中市購物節活動消費總額創下高達359.74億元，回顧本屆活動設計創新推出「專屬抽」誘因機制，來觸發更多消費行為，振興區域經濟。根據分析結果，購物節每創造1元的消費，帶動總體產值從上一屆2.04元成長增加為2.06元，且本屆帶動臺中在地產值增加1.43元，也較上一屆1.38元高。顯示本屆推出的創新作法確實發揮了顯著的「振興臺中經濟」帶動效果。

關鍵詞：振興方案、投入產出分析、經濟影響

Keywords: Recovery Package, Input Output Analysis, Economic Impacts

第四屆購物節創新作法

臺中市政府延續過往購物節所建立的成功典範，於2022年10月10日至12月24日舉辦為期2個半月的第四屆「臺中購物節」，回顧過去三屆，臺中購物節結合在地商圈、餐廳店家、旅宿業者等，透過數位整合行銷與線上線下雙軌消費方式等資源，不僅成功帶動在地店家有感買氣成長外，更對於支持受疫情衝擊的產業，帶來振興經濟的效果。

本次購物節除了保留過往消費設籍於臺中

之開立發票店家、小規模免用發票收據店家及媒合之市集攤商可參與抽獎的設計外，活動創新推出「公益專屬抽」，造福臺中市社福團體，民眾只要前往購物節合作的優先採購店家、庇護工場、優良視障按摩據點消費，憑發票或收據登錄即可參加抽獎；「產業專屬抽」包括旅宿、美食（餐飲）和收據三大類，各自再加碼天天抽出現金獎。此外，為鼓勵民眾踴躍前往上一屆活動消費登錄金額較低的10區消費，包含大安區、石岡區、外埔區、新社區、和平區、東勢區、大肚區、神岡區、霧峰區、與龍井區，本次購物節也創新推出「區域消費專屬抽」，期望能觸發消費