

# 第五屆臺中購物節之經濟效益分析

- ◎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 研究員兼主任  
◎陳信宏／中華經濟研究院 副院長

邁入第五屆的臺中購物節，首次取消登錄房屋與土地之消費金額、及單筆登錄金額上限下修至20萬元，即便如此，消費登錄總金額仍達328億元。本文以投入產出分析回歸「購物消費」主軸的臺中購物節之經濟效益，結果顯示每創造1元消費帶動臺中在地產值增加之效果，較上屆購物節的1.43元，成長為1.54元，更加強化對於「帶動臺中在地經濟」的效果。

**關鍵詞：**節慶活動、投入產出分析、經濟影響

**Keywords:** Festival Events, Input Output Analysis, Economic Impacts

臺中市於2023年10月26日至12月26日舉辦了為期2個月的第五屆「臺中購物節」，本屆購物節整體政策目標在於結合商圈店家，振興百工百業，除了帶動臺中地區經濟效益，也邀請全國民眾共同來到臺中遊玩、消費，展現臺中商業興盛活絡，豐富多元的城市意象。為此，本屆購物節優化調整活動內容，強化帶動在地經濟效益，平衡區域經濟、照顧臺中偏鄉地區及微型經濟。

## 第五屆臺中購物節活動優化作法

節慶及特殊活動之舉辦，是常用於促進區域及地方經濟的策略方法之一，一般而言，地方政府透過辦理地方節慶活動，搭配各種行銷手法及建立讓消費民眾可以參與抽獎等誘因機制，可以激發（市內、外）民眾消費行為，進而產生衍生之經濟效益。

就以購物節活動來說，民眾於活動期間的消費金額即增加廠商的銷售額，可視為購物節活動帶來的「直接效果」，而廠商為了生產足以支持消費者需求的商品或勞務，