

臺中市議會第 4 屆第 8 次定期會

**臺中購物節與鍋烤節
預算花費明細專案報告**



臺中市政府經濟發展局

報告人：代理局長 張峯源

中華民國 115 年 7 月 31 日

目錄

壹、 前言	1
貳、 創造經濟效益、屢獲海內外殊榮	2
參、 行銷成果亮眼、打造全國新標竿	4
肆、 深入基層偏鄉、活絡原民與微型經濟	8
伍、 開拓國際鏈結、點亮城市品牌	12
陸、 115 年度臺中購物節及鍋烤節經費及工作說明	14
柒、 結語	17
捌、 附件-議會歷屆決議及附帶決議	18

壹、前言

為帶動庶民經濟，市府積極打造「慶典經濟」集結人潮與商機，從物調券、鍋烤節到購物節，型塑城市慶典經濟典範。其中，「臺中鍋烤節」以打造「臺中鍋烤之都」為目標，114 年鍋烤節活動已吸引 658 組店家報名參與，總投票數突破 566 萬張，活動深受臺中在地餐飲支持，藉由夏日逆勢行銷，讓鍋烤店家在淡季業績成長，促進在地店家營收成長三成；成果更獲國際肯定，榮獲「2026 TITAN Innovation Awards（泰坦創新大獎）」金獎殊榮，展現亮眼的慶典經濟效益。

「臺中購物節」則憑藉龐大的消費動能與卓越經濟效益，成功帶動庶民經濟蓬勃發展，透過發票登錄抽獎機制，全市 26 萬店家參與、超過 2 萬家業者主動祭出優惠，114 年消費登錄金額 374 億元再創新高、帶動全國經濟產值更達 764 億元。另近三年舉辦近 40 場活動，引導消費深入市場、商圈、夜市、在地店家及原民聚落，擴大消費外溢至偏鄉基層，114 年海線地區消費登錄金額年成長高達 20%，攸關庶民經濟的收據登錄金額則超過 16 億元，全面活絡基層商業，讓振興成果真正落實於各行各業。

臺中購物節七年耕耘成為全國標竿，是各縣市推動節慶活動的重要指標，給予高度肯定並跟進舉辦，包含臺北市、彰化縣、桃園市、高雄市及新竹縣議會均曾指出，臺中在數位應用、抽獎機制、店家串聯及整合行銷等面向具高度參考價值。而 114 年全國總計 11 縣市舉辦購物節相關活動，臺中 374 億元登錄金額持續蟬聯第一，其次為臺南購物節 74 億元、來台北有購嗨 73.7 億元，顯現本市節慶活動預算之強韌執行效益。

113 年起，臺中購物節進一步拓展國際觸角，邀請 9 國駐臺代表代言，讓購物節成為臺中的「國際名片」。「臺中購物節」在數位科技應用、公私協力模式、永續經濟成長及卓越行銷等領域表現卓越，接連獲得國內外 7 項大獎，114 年更勇奪「TITAN Business Awards(泰坦商業大獎)」創新白金獎及中央經濟部國家產業創新獎，充分顯示其經濟效益深受國際評審肯定。

貳、創造經濟效益、屢獲海內外殊榮

一、創造經濟效益

(一)臺中購物節

市府自 108 年起舉辦臺中購物節，刺激消費、活絡在地商機，全城店家參與帶動消費金額不斷攀升。根據統計，第一屆消費登錄金額為 25 億元，至第七屆已達 374 億元，成長超過 14 倍，其中第五屆起排除房地產與土地交易登錄，仍超過 300 億以上規模，顯見臺中購物節具帶動民生消費的引導效果。

中華經濟研究院分析顯示，114 年第七屆臺中購物節，對於「全國總體經濟」之產值帶動效果為 764.33 億元，年增 41.88 億元、增幅 5.7%。GDP 創造效果為 415.07 億元，年增加 22.88 億元，增幅約為 5.8%。另 114 年活動對於「臺中在地總體經濟」之產值帶動效果為 563.27 億元，GDP 創造效果為 311.92 億元，臺中購物節無論全國或在地經濟效益均有顯著拉抬作用。

(二)臺中鍋烤節

自 112 年創辦以來，臺中鍋烤節展現了驚人的「遞加效應」，人氣店家票選總票數由首屆 442 萬、第二屆 498 萬，一路攀升至去年的 566 萬票，年均成長率達 13.2%。顯見這項慶典經濟不僅是單純的行銷活動，更是融入市民日常的「生活樂趣」，成為一種集體的都市生活儀式。

此外，獲得「臺中鍋烤節」人氣頭銜已成為在地業者的榮耀象徵。活動由首屆 489 組店家報名、第二屆 592 組、第三屆 658 組，今年亦突破 600 組店家報名，並創下連續 3 年達成「區區有鍋烤」之盛況。為持續帶動消費熱潮，活動特別規劃 300 組「萬元鍋烤抵用券」抽獎，有效發揮加倍帶動消費的乘數效應。歷年抵用券使用率皆突破 9 成，不僅為店家帶來顯著的業績回流，今年更有超過 7 成 3 的臺中發跡創始品牌傾力挺，上百家業者更主動推出折扣優惠，展現在地餐飲產業對活動的強烈認同與凝聚力。

二、 歷年海內外獲獎紀錄

(一)臺中購物節

活動屢獲國際級大獎肯定，包含美國「泰坦創新大獎」最高榮譽白金獎、中央經濟部「國家產業創新獎」、2024 亞太永續行動獎、2024 Go Smart 首獎、2023 WITSA 國際資通訊獎中的「傑出公眾合作服務獎」、ASOCIO 亞太資通訊科技應用獎中的「數位轉型獎」及 2020 年全球 ICT 卓越獎(WITSA Global ICT Excellence Award)首獎。

表 1、臺中購物節歷年獲獎紀錄

序	年度	獎項
1	114 年	「泰坦創新獎」行銷活動創新 — 白金獎
2		第九屆「經濟部國家產業創新獎」—績優創新獎
3	113 年	「亞太永續行動獎」-SDGs8「就業與經濟成長」政府機關—銅獎
4		GO SMART Award —首獎
5	112 年	WITSA 國際資通訊獎—傑出公眾合作服務獎
6		ASOCIO 亞太資通訊科技應用獎—數位轉型獎
7	109 年	全球 ICT 卓越獎(WITSA Global ICT Excellence Award)」—首獎

(二)臺中鍋烤節

臺中鍋烤節榮獲 2026 年國際 TITAN Innovation Awards(泰坦創新獎) 金獎，以「鍋烤之都在臺中」城市品牌行銷成果獲得國際評審肯定，成功從全球眾多創新專案中脫穎而出，展現臺中市政府以創新思維推動城市品牌、產業發展及國際行銷的卓越成果。

臺中鍋烤節透過台中通 TCPASS APP 全民線上票選，並以數位平台整合店家報名、投票、領取萬元鍋烤券、線上兌獎及抽獎等智慧服務，打造全民參與的城市行銷模式，並邀請韓國、印度、義大利及泰國駐臺代表共同參與國際宣傳，成功提升臺中美食品牌國際能見度，成為城市創新行銷的成功典範。

參、行銷成果亮眼、打造全國新標竿

一、 透過各式媒體增加活動曝光度

(一)臺中購物節

臺中購物節自 108 年開辦以來即成為全國熱門話題，數位科技結合節慶的創意作法，吸引各式媒體廣為宣傳。傳統媒體部分，電視新聞露出平均每年約 140 則、電子媒體約 425 篇；網路討論度更年年成為全國之最，依據網路溫度計 Keypo 估計，歷年網路聲量合計超過 75 萬筆；113 年起更拓展至海外，總計 81 則境外媒體報導，活動訊息推播至美國、加拿大、港澳、新加坡、馬來西亞、泰國、印尼、菲律賓等 50 個國家與地區，觸及超過 500 家國際旅宿，奠定國內標竿、放眼世界的厚實基礎。

表 2、臺中購物節歷年行銷曝光統計

電視媒體則數	平均每年 140 則
電子媒體則數	平均每年 425 則
網路聲量筆數	總計超過 75 萬筆
境外媒體則數	總計 81 則
海外訊息傳播	50 國、超過 500 家國際旅宿

(二)臺中鍋烤節

臺中鍋烤節透過整合媒體與數位行銷資源，每年至少累計超過 30 則電視媒體報導及 300 則以上網路新聞曝光，宣傳內容涵蓋「鍋烤之都」城市品牌、美食特色、全民票選、數位服務、國際大使參與宣傳及店家創新行銷等多元面向，成功提升活動聲量與城市能見度。藉由持續且多元的媒體曝光，不僅深化民眾對臺中美食文化的認同，更逐步建立「鍋烤之都在臺中」的城市品牌形象，讓臺中鍋烤節成為兼具城市行銷、觀光推廣與產業發展的重要代表性活動。其中 4 國大使宣傳影片累計觀看人數均突破 20 萬次，範圍擴及全球 48 個國家。

表 3、臺中鍋烤節歷年行銷曝光篇數

電視媒體則數	平均每年 30 則
電子媒體則數	平均每年 300 則

二、 建立全國領先的活動品牌

(一)臺中購物節

臺中購物節成功打造城市消費慶典品牌，帶動消費效益與觀光人潮，已成為全國縣市推動購物活動的重要參考。近年多個地方議會紛紛肯定臺中經驗，其中臺北市議會質詢時，議員以臺中購物節為成功案例，肯定活動建立城市品牌並帶動消費，建議臺北市政府借鏡推動模式；彰化、桃園、高雄及新竹等縣市議會也分別指出，臺中在數位登錄、抽獎機制、店家串聯及整合行銷等面向具高度參考價值，建議借鏡成功經驗，打造更具特色與規模的城市購物活動。臺中購物節已從地方促銷活動升級為城市行銷典範，成為各縣市競相學習的標竿。

表 4、各縣市議會對於臺中購物節活動之肯定

議會	討論事項	肯定臺中購物節重點
臺北市議會	市政總質詢	肯定臺中購物節成功建立城市品牌並帶動消費效益，建議臺北市參考臺中經驗，提升商業競爭力。
彰化縣議會	審議購物節預算	肯定臺中購物節吸引消費與觀光人潮，建議參考臺中作法，提升活動規模與宣傳效益。
桃園市議會	討論桃園購物節規劃	肯定臺中在數位登錄、抽獎機制及店家串聯整合方面的經驗，建議桃園借鏡成功模式。
高雄市議會	討論高雄購物嘉年華	認同臺中已建立城市購物品牌，希望高雄精進活動內容，打造具城市特色的購物慶典。
新竹縣議會	討論竹縣購物節規劃	建議參考臺中的數位平臺、跨產業整合及行銷模式，提高民眾參與度與經濟效益。

臺中購物節經濟效益顯著，各縣市近年皆採用相同模式舉辦，以 114 年度為例，臺中購物節消費登錄金額達 374 億元，持續蟬聯全國第一，其次為臺南購物節 74 億元、來台北有購嗨 73.7 億元，顯現本市消費振興政策成效及活動品牌影響力，不僅有效帶動在地商業發展，更能展現城市慶典競爭力。

表 5、2025 年全臺各縣市購物節活動消費登錄金額

序	活動名稱	消費登錄金額
1	臺中市-2025 臺中購物節	374 億元
2	臺南市-2025 臺南購物節	74 億元
3	臺北市-來台北有購嗨	73.7 億元
4	新竹市- 2025 新竹購物節	65 億元
5	桃園市-2025 桃園購物節	64 億元
6	彰化縣-彰化 GO 購	25.9 億元
7	嘉義市-嘉義市購物節	10.9 億元
8	嘉義縣-商圈聯合購物節，嘉尚好禮	7.2 億元
9	雲林縣- 2025 與神同行遊雲林	4.5 億元
10	花蓮縣-花蓮購物節	3 億元
11	南投縣-南投旅遊好康月	1 億元

(二)臺中鍋烤節

臺中鍋烤節為臺中首創火鍋燒烤主題城市品牌活動，自 112 年創辦以來，展現了驚人的「遞加效應」，人氣店家票選總票數由首屆 442 萬、第二屆 498 萬，一路攀升至去年的 566 萬票，年均成長率達 13.2%。顯見這項慶典經濟不僅是單純的行銷活動，更是融入市民日常的「生活樂趣」，成為一種集體的都市生活儀式。

此外，獲得「臺中鍋烤節」人氣頭銜已成為在地業者的榮耀象徵。活動由首屆 489 組店家報名、第二屆 592 組、第三屆 658 組，今年亦突破 600 組店家報名，並創下連續 3 年達成「區區有鍋烤」之盛況。今年更有超過 7 成 3 的臺中發跡創始品牌傾力

挺，上百家業者更主動推出折扣優惠，展現在地餐飲產業對活動的強烈認同與凝聚力。

這股由臺中率先燃起的慶典經濟風潮，成功為全臺美食產業鏈確立了全新標竿。經濟部商業發展署自 2024 年起推動「鍋遊臺灣」系列活動，並辦理「鍋遊臺灣 好鍋湯底」評選，即和「鍋烤經濟」有異曲同工之妙，將在地美食行銷提升至國家級的產業升級策略。從臺中鍋烤節深厚的在地凝聚力，到中央接續政策推廣全臺湯底文化，顯現出臺中成功開創全國性典範。

肆、深入基層偏鄉、活絡原民與微型經濟

一、山海屯城走透透

(一)臺中購物節

臺中購物節「慶典經濟」不僅拉抬全市商業動能，更著重深入基層、走入偏鄉，重視原民與微型經濟。歷年多次結合地方特色產業及節慶活動，如 114 年走訪東勢商圈、梧棲中港夜市、龍井天波府、谷關商圈、霧峰原流新創聚落、建國市場、太平長億夜市等，遍布山、海、屯、都各行政區，近三年合計近 40 場活動，透過串聯市場、商圈、夜市、特色商業聚落，引導民眾走入在地消費，帶動地區商機，促進區域均衡發展。



鄭副市長出席長億夜市
抽汽車活動



宮崎縣政府代表參加 2025 臺中購
物節宮崎日活動



豐原萬聖節首抽活動



與馬尼拉駐臺辦事處合作辦理
菲律賓聖誕節機票加碼抽活動



黃副市長出席馬紹爾機票
加碼抽活動



黃秘書長出席破百億
加碼抽記者會



市長出席破兩百億加碼抽活動



與潮玩市集合作辦理抽獎活動



副市長出席破三百億加碼抽活動



百工百業博覽會抽獎活動

(二) 臺中鍋烤節

為回饋民眾與店家響應，並達成全市 29 區有鍋烤之盛況，市府每年規劃 300 組萬元鍋烤抵用券，有效帶動消費乘數效應。歷年抵用券使用率皆突破 9 成，為店家帶來顯著的業績回流，且藉由抵用券設計，部分限制僅能於山、海、屯區抵用，其餘全市均可使用，有效引導消費分流，使各區均實質受惠。113 年山海屯區抵用券核銷金額占總合銷金額 56.8%，114 年則占 58.7%，透過抵用券指定機制，成功將過半數消費金額導入非核心行政區，

使店家實質受惠。

二、 活絡原民與微型經濟

(一)臺中購物節

臺中原住民人口近 4 萬人，和平區更是全國重點原鄉，臺中購物節每年均赴和平谷關地區，結合原民文化與溫泉特色，以特色市集、原民音樂演出結合購物節抽獎活動，帶動觀光吸引力。另霧峰原流新創聚落是原鄉以外，指標性原民創業據點，臺中購物節亦連續兩年到訪，帶動原民特色店家業績成長、提升據點知名度，以聯名合作概念創造人流商機。

微型經濟方面，透過購物節登錄機制與實體宣傳活動，各市場自治會與夜市管委會明顯感受到人潮回流。114 年「收據專屬抽」登錄金額突破 16 億元，各場域表現亮眼，超過百萬登錄金額市場前五名為豐原第一、建國、東光、霧峰及東興市場；而夜市及攤集區則由海線的清水五權夜市最高，其次依序為捷運(總站)、逢甲、大慶、旱溪夜市。其中，清水五權夜市，每週僅營業 4 日，但每週平均開出的收據金額，將近 70 萬元。市府針對小型攤商規劃專屬抽獎機制，成功吸引消費者走進傳統市集，不僅帶動買氣，也找回久違的熱鬧與人情味。



(二)臺中鍋烤節

臺中鍋烤節結合台中通 TCPASS 數位票選機制，協助中小型餐飲業者提升數位曝光與行銷效益，讓沒有龐大廣告預算的微型

店家，也能透過活動累積人氣、拓展客源，帶動商圈消費與地方經濟發展，落實共享經濟成果。114 年藉由臺中鍋烤節之節慶熱度，實體活動走入霧峰原流新創聚落。透過原住民族樂團的現場表演深化文化連結，帶領民眾深度體驗，進一步刺激聚落內原民特色餐飲之消費力道，發揮「節慶帶動文化消費、人潮轉化經濟效益」的策略目標。



排灣族樂團演出



原流市集加碼抽活動

伍、開拓國際鏈結、點亮城市品牌

一、臺中購物節

(一)購物節躍升城市品牌新名片

113 年起積極提升國際化，透過「行銷推廣」、「城市外交」及「創意作為」全面提升國際化廣度及深度，最大亮點為日本、新加坡、比利時、歐盟、法國、捷克、芬蘭、菲律賓及印尼等多國駐臺代表親自入鏡拍攝宣傳影片，累計觀看次數突破 110 萬次，創下城市慶典少見的曝光成果，帶動 114 年外籍參與人數成長 58%、消費登錄金額成長逾 2 成。

(二)城市外交加持、國際友人齊聲肯定

市府受邀參與駐臺重要慶典之際，臺中購物節成為熱門話題，如法國、韓國、泰國國慶，德國啤酒節、比利時國王節及芬蘭獨立日等場合，比利時代表更曾於致詞時公開盛讚「NO.1」。市長亦曾參訪新加坡熱賣會為購物節借鏡取經，經發局赴日產業交流，更曾因駐臺代表拍攝影片，快速拉近外交距離。

(三)創新結合國際交流、打造慶典外交新模式

結合城市外交舉辦購物節成為 114 年展新創舉，包括邀請日本宮崎縣政府舉辦「宮崎日」，抽出宮崎來回機票及推廣物產；「友邦馬紹爾」環境及商業部長來訪，體驗抽機票、Callout，肯定臺中善用大數據結合城市慶典的創新作法；另「泰國國慶」活動，向 700 名在臺泰國人士推廣，見證購物節魅力；超過 1,500 人參與的「菲律賓聖誕節」，則由市長與馬尼拉經濟文化辦事處彭科蓉代表共同抽出宿霧來回機票、盛況空前。115 年活動將持續尋求國際合作機會、持續強化國際鏈結。

(四)國際參與持續成長、全球 106 國見證臺中新魅力

在多項國際策略帶動下，114 年 APP 外籍下載人數 4,405 人，年成長 58.2%，以馬來西亞 980 人居冠，其次為香港 580 人、越南 478 人、印尼 323 人、日本 236 人、菲律賓 145 人及美國 120 人，遍及全球 106 國。累積登錄消費金額 5,198 萬元，年成長 20.8%，其中馬來西亞 1,488 萬元、香港 616 萬元、日本 317 萬

元及美國 259 萬元名列前茅，越南、印尼、南韓及法國也皆突破百萬元。臺中購物節將持續深化國際化布局，結合多元行銷、城市外交與創新作為，穩健打造具全球辨識度的城市品牌。

二、 臺中鍋烤節

2025 年活動邁向國際化，邀請韓、印、義、泰四國代表拍攝宣傳影片，藉由多元視角共同行銷臺中鍋烤文化，也展現臺中飲食文化多元包容的底蘊。系列宣傳影片迴響熱烈，每支影片均突破 20 萬次觀看；並搭配抽獎送出四國機票，有效擴大活動宣傳效益，顯著提升臺中鍋烤文化於海外社群之知名度。

(一) 2025 年活動成果照片

	
韓國-泰國-印度-義大利四國駐臺代表與代理代表也到場力挺	2025 臺中鍋烤節於 7 月 14 日盛大開跑
	
鍋烤徵件民眾版由忠明高中學生「嘻哈鍋烤情」奪得首獎 10 萬元	鍋烤徵件店家版由「老井燒肉福科店」奪得食指大動獎



陸、115 年度臺中購物節及鍋烤節經費及工作說明

一、115 年度臺中購物節及鍋烤節歲出預算

115 年度臺中購物節業務費為 5,061 萬元、獎補助費為 2 億 2,092 萬元，115 年度臺中鍋烤節業務費為 1,400 萬元，相關預算經費彙整如下表 6。

表 6、115 年度臺中購物節及鍋烤節歲出預算項目及說明一覽表

編號	科目	預算數(新臺幣：元)	說明
1	商業管理及輔導 － 商圈管理及輔導 － 業務費 － 一般事務費	64,610,000	辦理 115 年度振興經濟節慶計畫－ 臺中購物節 5,061 萬元
			辦理 115 年度振興經濟節慶計畫－ 臺中鍋烤節 1,400 萬元
2	商業管理及輔導 － 商圈管理及輔導 － 獎補助費 － 其他補助及捐助	220,920,000	辦理 115 年度振興經濟節慶計畫－ 獎勵 115 年度臺中購物節計畫相關 推廣暨獎補助計畫符合資格民眾

二、 115 年度臺中購物節業務費工作項目

(一)活動前宣傳機制與媒合行銷作業

辦理活動品牌識別及整體行銷規劃，包含活動 Logo、主視覺及主標語設計，規劃主題活動及促銷優惠方案；建置及更新活動平台多語系資訊與合作店家資料，辦理合作及優惠店家招募，並製作及寄發合作店家、優惠店家及攤商等相關宣導文宣，以提升活動參與度及品牌曝光效益。

(二)辦理購物節系列活動

辦理記者會或串連地方商機辦理推廣活動，並結合數位或相關推廣平台，以及合作店家、優惠店家或贊助廠商擴大活動效益。

(三)行銷宣傳

辦理活動整體行銷宣傳，包含製作活動宣傳影片、電視、數位、廣播及境外媒體播送、數位影音及圖文宣傳、社群平台經營，以及創意圖文發布等，提升活動曝光度、網路聲量及民眾參與度。

(四)臺中購物節經濟效益分析暨執行檢討精進評估

辦理消費數據分析及活動成效評估，透過消費數據與滿意度調查，掌握活動效益及民眾、店家意見回饋，作為後續政策精進及活動規劃的重要依據。

(五)兌獎業務

辦理活動兌獎行政作業，包含製作兌獎流程及宣導資料、配置專責計畫及網路管理人員、辦理兌獎案件審查、退補件、諮詢輔導、核銷及文件彙整等作業，並派駐人員協助機關辦理兌獎核銷相關業務。

三、 115 年度臺中購物節獎補助費內容說明

115 年度活動預計規劃天天抽 3 千、週週抽 10 萬、月月抽 100 萬、破百億加碼抽 100 萬及外國人專屬抽美金 1 萬。

四、 115 年度臺中鍋烤節業務費工作項目

(一)活動店家盤點與招募，並於臺中鍋烤節活動平台建置相關資料

規劃整體活動規則、說明辦法及專業評審辦法，並辦理店家招募、參與專業評審說明會；針對本市各區鍋烤、蔬食店家進行全面性資源盤點，並建置活動數位平台，提供即時最新消息等相關資訊。

(二)記者會或主題活動

辦理臺中鍋烤節主題活動記者會、頒獎典禮及主題活動各 1 場，並視需求規劃業者擺攤、直播。

(三)臺中鍋烤節投票抽獎活動

於臺中鍋烤節活動數位平台辦理票選活動，以抽獎、發放宣導品、文宣品設計等方式吸引民眾參與；規劃投票抽獎活動辦法、中獎通知、餐券店家使用募集、獎項核發兌換、後續店家經費核銷及提供客服等事項。

(四)臺中鍋烤節嘉年華活動

辦理嘉年華活動及規劃各項期程，並將相關資料建置電子資料庫一式；提供參與者紀念品或餐盒等，增加參與意願。

(五)店家專業評審

研擬店家參與專業評審執行辦法及規劃，並邀請具公信力或高流量影響力的國際級主廚或知名人士擔任評審，且須將相關資料、評選過程進行記錄並建置電子資料庫；針對獲獎店家設計、製作獎盃、獎牌。

(六)城市意象製作

製作形象主題影片，剪輯成電視廣告、短影音或宣傳影片，宣傳本年度鍋烤節意象。

(七)節目及行銷宣傳

辦理活動整體行銷宣傳，包含綜藝類節目製作、電視、數位、廣播及境外媒體廣告投放、數位影音及圖文宣傳，提升活動曝光度、網路聲量及民眾參與度。

柒、結語

為活絡庶民經濟，市府成功運用「物調券」、「臺中鍋烤節」和「臺中購物節」等慶典活動，有效帶動消費人潮，提升城市整體能見度。今年臺中鍋烤節全面升級，首創「人氣票選＋專業評選」雙軌制度。民眾可透過台中通 TCPASS APP 選出心中的人氣名店，專業評審團則深入店家實地評鑑，從風味、技術、食材到創意層層把關，讓真正兼具口碑與實力的鍋烤好店脫穎而出。結合全民參與與國際級專業評選，不僅帶動餐飲消費，更讓臺中鍋烤文化走向品牌化、專業化，持續打造臺中成為全臺最具代表性的「鍋烤之都」。

114 年臺中購物節活動帶動全國總體經濟產值效果約 764 億元，創造的經濟效益超過 563 億元(73%)發生在臺中在地，且購物節每創造 1 元消費，帶動總體產值增加約 2.04 元，臺中在地就業支持及創造效果平均達 30,734 人/年，顯示活動具顯著經濟及就業帶動效益。115 年臺中購物節將持續串聯全城店家、商圈、市場、夜市及百工百業，並邀集各領域冠軍達人、特色產業參與行銷，盼展現臺中產業實力與城市榮耀，深化城市品牌行銷效益，並持續擴大外縣市及國際旅客參與，帶動庶民經濟、餐飲產業及城市消費全面成長。

市府推動之振興經濟節慶計畫皆以協助庶民經濟、平衡城鄉發展，提升原民與各族群商業動能，鞏固城市品牌主要方向，所投入相關經費不僅有效挹注商圈、市場與夜市商機，更形成城市品牌長期累積效益，市府將持續精進各項振興措施，強化執行效益與成果展現，確保預算資源有效運用，持續帶動消費、促進產業發展，提升市民有感及城市整體競爭力。

捌、附件-議會歷屆決議及附帶決議

年度	振興經濟預算審議附帶決議	備註
108	無	動支第一、二預備金
109	無	
110	無	
110 追一	一、經濟發展局「商業管理及輔導－商圈管理及輔導」： （一）請市政府將去年臺中購物節爭取中央「振興三倍券」商機，其效益分析報告儘速送本會全體議員。 （二）請市政府將今年編列經費 350,000,000 元爭取中央「振興五倍券」商機，其預期效益分析報告儘速送本會全體議員。	
111	八、經濟發展局： （三）商業管理及輔導－商圈管理及輔導－業務費－辦理 111 年度臺中購物節經費 4,600 萬元及辦理臺中購物節資訊服務平台維運及行銷經費 500 萬元，請市政府將詳細計畫向大會說明。	
111 追一	無	
112	一、經濟發展局： （一）「商業管理及輔導－商圈管理及輔導」：辦理 112 年度臺中購物節經費 45,000,000 元，請市政府於明年度不能再以追加預算方式辦理購物節相關預算。	

年度	振興經濟預算審議附帶決議	備註
112 追一	主決議： 歲出部分：除臺中市政府經濟發展局「商業管理及輔導－商圈管理及輔導」辦理 112 年度臺中振興經濟－消費金喜送計畫－讀會同意於下次會期再提案審議，餘照案通過。	
112 追二	臺中購物節預算應於年度本預算編列，不得再以追加預算方式辦理，但經議會黨團協商同意者，不在此限。	
113	七、臺中購物節應提出具體檢討報告，並詳細說明執行項目，於明年度第一次臨時會向議會專案報告取得同意後，預算始得動支。	
114	無	
115	一、以下預算請市政府經濟發展局向議會專案報告後，預算始得動支： （十）辦理 114 年度振興經濟節慶計畫－物調券、鍋烤節暨臺中購物節等相關經費。 （十一）辦理 115 年度振興經濟節慶計畫－物調券、鍋烤節暨臺中購物節等相關經費。 （十二）辦理 114 年度振興經濟節慶計畫－獎勵 114 年度物調券、鍋烤節暨臺中購物節等計畫相關推廣暨獎補助計畫符合資格民眾。 （十三）辦理 115 年度振興經濟節慶計畫－獎勵 115 年度物調券、鍋烤節暨臺中購物節等計畫相關推廣暨獎補助計畫符合資格民眾。	