

臺中市議會第3屆第4次定期會

2020 臺中購物節成果及搖滾臺中
Rock In Taichung 辦理成果檢討
暨臺中市影視音產業政策及
藝文展演空間未來願景專案報告



報告人：

臺中市政府經濟發展局：局長 張峯源

臺中市政府新聞局：局長 黃國璋

中華民國 109 年 10 月 6 日

【目 錄】

甲、2020 臺中購物節成果(經濟發展局)

壹、計畫緣起及目標	1
貳、經費	1
參、臺中購物節九大推動計畫及執行成果	1
一、公私協力 全市動起來	1
二、線上線下並進 加速數位轉型	5
三、APP 平臺	8
四、購物城市意象形塑	9
五、在地參與	10
六、行銷宣傳	14
七、六大主題	17
八、消費享優惠 抽大獎	20
九、大數據分析	22
肆、臺中購物節效益	26
一、效益	26
二、執行效益分析	27
伍、結語	29

乙、搖滾臺中 Rock In Taichung 辦理成果檢討暨臺中市影視音產業政策及藝文展演空間未來願景 (新聞局)

一、臺中市影視音產業政策概述·····	31
二、搖滾臺中 Rock In Taichung 辦理成果檢討.	32
三、影視音產業推動成果與未來願景 ·····	35
四、結語 ·····	38

甲、2020 臺中購物節成果(經濟發展局)

壹、計畫緣起及目標

為建立臺中市指標型購物節活動並帶動臺中產業發展，媒合大臺中亮點品牌折扣、商圈店家、好禮業者、糕餅業者、百貨賣場、旅宿業者、遊樂園、觀光景點等臺中業者與企業、資訊平臺業者、行動支付、智慧服務平臺或重大活動等相關資源，結合店家優惠促銷，並創造消費議題。

2020 臺中購物節延續首屆購物節精神，主打全城 On Sale，推出食、衣、住、行、育、樂全方面優惠促銷，活動時間自 109 年 7 月 1 日起至 8 月 31 日止，採實體店家及電商模式線上線下並進，在活動期間推出六大主題週，針對臺中市全區店家，以媒體強力行銷及話題性主題帶動不同業別消費，加入本府各局處活動及電商平臺推出各主題活動週不同優惠，給民眾豐富多元的購物體驗，並規劃催動買氣的促銷活動及抽獎活動，吸引外來旅客到臺中消費。

臺中購物節吸引民眾至優惠店家消費創造經濟產值，提升臺中市各大商圈商機與經濟發展，推動臺中城市觀光與整體消費，並期許能成為香港、新加坡及義大利購物節三大以外之第四大購物節，不僅讓全臺灣人來到臺中消費，更讓世界看見臺中。

貳、經費

本年度臺中購物節 109 年編列預算 3 千萬元辦理。

參、臺中購物節九大推動計畫及執行成果

一、公私協力 全市動起來

(一) 民間合作

本市為順利推展「2020 臺中購物節」，由市府團隊積極結合公營事業及民間單位資源，接受外界主動合作專案，提升購物節活動

執行品質，以達成節省市府公帑支出、提升城市形象及企業公益形象等目標，以公私部門合作共同打造代表性之臺中購物節活動。

今年臺中購物節有相當多企業踴躍參與，包含麗寶集團、興富發建設、源潤豐企業、臺中商銀、精密園區廠協會、豐洲工業園區廠協會、東森購物及 PCHOME 商店街兩大電商平臺、LiTV(立視科技股份有限公司)、LINE PAY 一卡通、街口支付、中國信託商業銀行、中華電信、…等企業熱情參與。



圖表 1 筏子溪高鐵宣傳

(二) 跨局處合作

本府共計 51 行政單位積極參與臺中購物節行銷及招商，各單位跑馬燈、各局處、各公所、運動場館、全臺中垃圾車等，結合公部門資源擴大宣傳。



圖表 2 各機關立牌、跑馬燈宣傳

(三) 公私協力辦理購物節系列活動

今年度臺中購物節整合各局處及結合民間團體推出臺中購物節系列活動，包含 7 月 1 日至 8 月 31 日地稅局捐發票加碼抽、6 月 27 日至 7 月 12 日大安沙雕音樂季、7 月 5 日逢甲商圈雞排尬珍奶、7 月 9 日計程車業者加入購物節、7 月 11 日長億夜市澎湃宴、7 月 13 日購物節 2.0 振興十惠記者會、7 月 16 日健康活力週啟動記者會、7 月 18 日購涼購消暑麗寶樂園冰風暴、7 月 20 日視障按摩業加入購物節及購物節國際名畫揭示記者會、7 月 25 日食好東勢湯好谷關、7 月 30 日購物節首選身障產品行銷活動、8 月 1 日臺中蜂華再現農產最讚、8 月 1 日原住民族日、8 月 7 日天津商圈曬衣節、8 月 8 日餅酒大匯、8 月 15 日古早味美食嘉年華臺中好食金夏趴、8 月 15 日后梨平安千人宴、8 月 17 日至 9 月 30 日臺中好湯溫泉季、8 月 22 日大里 GOGO 購有禮好幸福、8 月 23 日東協小旅行、8 月 24 日臺中必比登美食行銷、8 月 26 日逢甲商圈百鬼夜行、9 月 12 日民政耀眼綻放臺中演唱會等，集結本府各局處各式好玩有趣又可催動買氣的促銷活動，讓民眾不僅有機會抽到大獎，更

能體驗臺中魅力。



圖表 3 長億夜市澎湃宴



圖表 4 民政耀眼綻放臺中演唱會

本府除舉辦「2020 臺中購物節」祭出精品豪宅、百萬現金等大獎吸引民眾來臺中消費，更加碼推出「振興超十惠」13項優惠方案，整合各機關「振興三倍券」推出共 13 項振興好康方案，包括經發局「臺中購物節大獎天天抽」、「趣遊臺中振興加倍」、「星級旅遊 物超所值」、「夜市超值餐好食在」、觀旅局「遊臺中只要 1888 購物抽獎一路發發發」、文化局「文化館舍 優惠待客」、勞工局「青創好物 齊拚振興」，另運動局推「運動優質 健康加值」、農業局「農遊好好玩」、交通局「搭公車購物五夠讚」、原住民族委員會「臺中原味好購 GO」、客委會「有購好客」及「東森幣 8 倍回饋」，以上超多優惠好康獎不完，預估優惠總值超過 3.4 億元。



圖表 5 振興超十惠記者會

二、線上線下並進 加速數位轉型

(一) 電商平臺臺中專區

本次臺中購物節在疫情嚴峻之際思考轉型，導入電商模式以符合防疫需求，協助本市店家開拓通路，利用電商平臺既有會員擴大市場，並打破空間限制，讓店家觸及各地買家。

本年度購物節轉型以線上線下共同進行，除增加非臺中當地消費外，亦有效減少疫情衝擊，與兩大電商平臺—跨電視網路購物之電商平臺東森購物，及臺灣最大網路購物平臺 PCHOME 網路家庭商店街合作。

為求在購物節期間有效輔導臺中在地店家增加數位化消費量能，本市店家可將商品上架東森購物進行商品銷售，亦可於 PCHOME 商店街展店，以擴大銷售通路。

東森購物及 PCHOME 商店街，於本活動 7 月至 8 月間，建置臺中購物節專區，線上店家總數超過 1 萬 1 千家，並提供站內行銷資源、分別祭出購物節專區專屬優惠。東森購物為臺中業者另闢買一送一專區，並且提供東森幣加碼回饋 5 倍送、東森幣折抵最高 20% 等優惠；PCHOME 商店街優惠內容為購物享 P

幣最高 4%回饋無上限，P 幣當現金使用、大方送 5000 元紅包歡迎入住新居、臺中店家專屬券加碼現折等。並且也分別向既有會員宣傳(東森購物會員超過 800 萬，PC HOME 網路家庭會員超過 1000 萬)，前述量能皆大大提升臺中購物節活動行銷，創下兩電商平臺雙破億且總消費額 2.81 億元的佳績。

(二) 導入行動支付

本次臺中購物節與國內知名行動支付業者合作，包含 Line pay 及街口支付，以達鼓勵民眾使用行動支付及讓民眾消費同時享優惠之效益。

1. 街口支付方案：設置獨家活動專區(曝光商業價值超過 60 萬元)、街口動態牆及街口社群品牌活動推送、臺中店家購物節期間加碼街口幣抽獎活動。
2. LINE PAY 方案：結合臺中市內 4,000 多家店家，以 Line Pay 消費優惠 6%回饋。



圖表 6 line pay 優惠



圖表 7 街口支付優惠

(三) 結合電視購物推銷在地優質農特產品

利用電視購物平臺由市長在節目中推銷臺中農特產品給全臺灣的民眾，打破地域的限制分享臺中好物，在 6 月時和龍井、梧棲及新社農會合作行銷限量農特產禮盒並於當日完售 1,300 組，另外在 8 月於電視購物臺推銷東勢著名的光波水梨+外埔全國冠軍紅龍果的「臺中星級禮盒」更是在 40 分鐘完售 1,000 組。



圖表 8 6 月 12 日東森購物臺



圖表 9 8 月 24 日東森購物臺

- (四) 線下 2 萬 6 千多家店家共同參與及行銷
- 購物節期間線下合作店家除了張貼優惠店家的海報及識別

貼紙宣傳，各店家也推出各種不同的優惠甚至自製店家的優惠海報，達到購物節線上線下並進的願景，讓在地商家展現各自獨有的特色。



圖表 10 線下店家共同參與及行銷

三、APP 平臺

今年度 APP 更加直覺、人性化，讓民眾使用上更簡單易懂，並持續蒐集民眾意見，優化 APP 質量。本次臺中購物節平臺包含五大特色，包含註冊便利性、互動趣味性、系統穩定性、點數機制、消費數據分析。本次活動平臺自 108 年底起開始著手規劃辦理資訊平臺標案，檢討 108 年度改善事項包含界接雲端發票、優化掃描功能、規劃為長期使用、大數據分析…等，規劃及開發過程中多次召開會議並請資訊中心協助檢視及測試，為改善缺失並優化平臺，建立本府各大活動使用之平臺，並於 109 年 1 月一中商圈新年市集及 2 月臺灣燈會-新創餐飲市集活動結合資訊服務平臺進行活動測試並進行 APP 系統公測。許多民眾也給予進步的肯定與回饋，包含「比去年好用，尤其跟載具連動」、「讚！程式一直進步，非常棒的行銷，應該要給予加冕！」、「軟體不斷修正後使用起來越來越順了，感謝開發人員的努力~」、「能看到軟體不斷進步」、「今年的 app 真是太好用了」、「比去年好用多了，感謝團隊的努力！！」、「回

覆迅速，超親切」、「很不錯!掃發票很快啊!」、「掃描順暢。小編回應速度快。」、「介面好用說明清楚」、「方便、簡單、好查詢」、「讚!掃發票順!」等。

本年度打造之平臺所累積之會員資料及消費數據，得以持續沿用至後續活動，民眾只需註冊一次，未來皆可參與臺中大型活動，達到永續經營的成果。

本年度平臺的推動定位與去年具顯著差異，且為本府不同年度需求的客製化建置，針對臺中全年度大型場活動進行共通性服務模組設計，以利後續經營。目前以「臺中購物節(APP)」主軸宣傳。後續各場行銷活動可藉平臺導入、快速生成活動官網及雙平臺 APP 推廣，不僅節省活動重置 APP 之經費，也將歷年活動列為數位典藏方便民眾搜尋。



圖表 11 熱門排行第 1 名

四、購物城市意象形塑

本府為塑造臺中購物節購物城意象，本府於本市各地設置臺中購物節意象，如建設工地大型看板、公車專用道站體、圖書館、筏子溪、大安沙雕…等。



圖表 12 優化公車專用道

五、在地參與

本市在地店家、公協會、在地企業、在地產業及商圈、觀光產業鏈…等積極參與購物節活動。

購物節與電信業者攜手合作，搶先體驗 5G 高速率、低延遲、大連結帶來的新網路時代，購物節於父親節系列活動中，安排與臺中火車站民眾立即現場連線，感受 5G 連線速度。

為慶祝太平區長億夜市正式成為臺中第 10 座取得營業許可的合法夜市，結合「2020 臺中購物節」推廣新興夜市，109 年 7 月 11 日於長億夜市辦理澎湃宴，夜市攤商都是這次臺中購物節的優惠店家，民眾消費金額將會「3 倍計」，想參與購物節抽獎活動民眾，可向攤商索取收據，品嚐新夜市小吃抽大獎。

經濟組市政顧問分享：局長，昨晚我店裡忙到翻了，昨晚營業額創下新紀錄，比以前最高紀錄高 40% 左右。購物節帶來的「困擾」，短期不會停了，經發局太厲害了。



圖表 13 購物節店家業績成長 4 成

全市共有 70 家視障按摩據點評鑑「優良」，加入臺中購物節優惠店家行列，登錄消費發票金額可享「3 倍計」。



圖表 14 臺中購物節－按摩 53 作伙 GO

臺中購物節首次納入搭乘計程車的車資，也可登錄金額參加抽獎，民眾搭乘計程車至目的地後，可向計程車駕駛索取計程車乘車證明，掃描 QR code 登錄參加抽獎。

臺中購物節在地企業積極參與，第一週 10 萬元現金獎得主吳小姐在屋馬燒肉消費 3,168 元，由於該店家為購物節優惠店家，就能直接獲得 18 次抽獎機會，大大提升中獎機率。



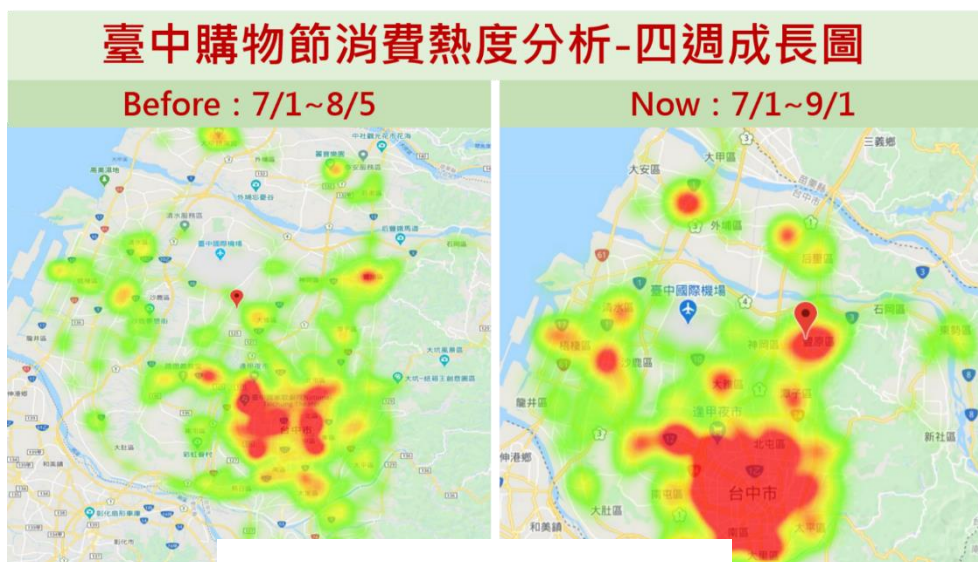
圖表 15 在地企業參與

「臺中購物競賽遊程專車」在 50 多位臺中觀光公協會與商圈代表的全力支持下，在 7 至 8 月暑假期間載運全臺民眾前來臺中體驗 8 大購物遊程，國旅業者配合此次活動，送客超過千人以上到訪臺中，盡享好吃、好玩、好住、好買、好划算的臺中假期。

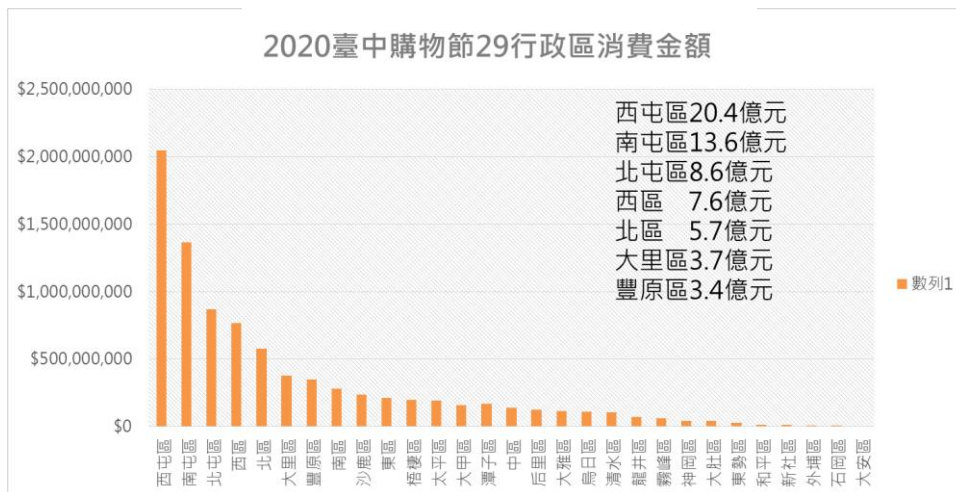


圖表 16 觀光產業參與

臺中購物節 APP 公布「消費熱度分析圖」，運用雲端大數據資料，以紅、黃、綠色在地圖上呈現消費熱度，從圖表可看出臺中購物節熱到有感！全市消費燒燙燙，滿城盡是發票登！臺中購物節帶動大里、豐原、沙鹿、梧棲、太平、潭子…等原縣區熱起來！



圖表 17 消費熱點地圖



圖表 18 各區消費金額

- 父親節臺中購物節再抽百萬現金！
- 加碼 70 吋大電視！．．．

3. 大數據議題

- 消費熱度分析
- 數據解密 生活消費領軍．．．

4. 在地多元議題

- 各局處及各公所卯起來宣傳．．．

(二) 各媒體平臺宣傳

各界資源強力行銷包含—議題行銷、電視媒體、電視跑馬宣傳、廣告燈箱、網路媒體、15 位 KOL 聯合推廣、電商平臺行銷…等於中天新聞臺、中天綜合臺、中天娛樂臺、TVBS、年代、東森、八大家族、民視、探索家族、Et today 新聞雲等露出。購物節期間社群媒體露出 240 則、電視媒體露出 70 則以上、平面媒體露出 20 則以上以及電子媒體露出 446 則以上，總計新聞露出超過 700 則。



圖表 20 各媒體平臺宣傳



圖表 21 6月15日開箱記者會最大獎豪宅

(三)購物節 CF 宣傳



圖表 22 臺中購物節宣傳影片

(四)轉運站燈箱廣告

忠孝復興站及臺北轉運站宣傳購物節。



圖表 23 忠孝復興站及臺北轉運站宣傳

(五) ATM 及洲際棒球場主場廣告

與中信合作提供全臺 5,800 臺 ATM 露出臺中購物節活動訊息，向社會大眾宣傳。職棒最高人氣的中信兄弟隊，也在每一場洲際棒球場主場播放購物節宣傳，讓球迷共襄盛舉。



圖表 24 球場螢幕宣傳

七、六大主題

臺中購物節包含山、海、屯、都等區域特色，今年購物節規劃六大主題針對臺中市全區店家強力行銷，以媒體強力行銷及話題性主題帶動不同業別消費，加入本府各局處活動及電商平臺推出各主題活動不同優惠，給民眾豐富多元的購物體驗，並規劃催動買氣的促銷活動及抽獎活動，吸引民眾在

臺中消費。

(一) 臺中之最 限時必選

臺中趣味包羅萬象，分不出類別的，最特別的、最有趣的、最獨家的，盡在臺中之最！

(二) 玩樂購物一應俱全

遊樂體驗、套裝行程、好玩景點與購物消費，玩樂購物區一應俱全。

(三) 健康臺中 活力十足

臺中有相當大宗的運動用品廠商諸如自行車產業、運動器材設備等！結合國人近年來的健身風潮以及對於健康的追求，以健康作為訴求主打運動健身/健康食品為核心，打造活力十足臺中意象。

(四) 尋味臺中 農產最讚

梨山茶香、東勢柑橘，各式新鮮蔬果，在地直送最好味。

(五) 旅居臺中 一遊未盡

搭配一整套臺中好吃好玩行程，不可或缺的還有飯店，搭配活動合作飯店，刺激民眾購買優惠住宿。

(六) 臺中食在好味道 美食首都

臺中小吃、必去餐廳，全臺最紅的美食常來自臺中，透過活動配合，吸引更多人走進臺中親身體驗美食之都。



圖表 25 六大主題



圖表 26 東森購物臺中購物節專區

2020 Taichung Shopping Festival 玩樂在台中 7/1-7/31

台中限定 / 回饋無上限

- 現金積點 **5倍送** (1點=1元)
- P幣 **4%** 回饋無上限 (1P幣=1元)

消費滿\$500 登錄發票抽 **抽精品豪宅**

7/9 10:00 開搶 **5折**

店/漢物市集 **【碧田家蘿蔔糕】** 芋頭蘿蔔糕16片裝 **搶購價\$270** (原價\$540)

贈送 原味蘿蔔糕 6片

圖表 27 PC HOME 商店街臺中購物節專區

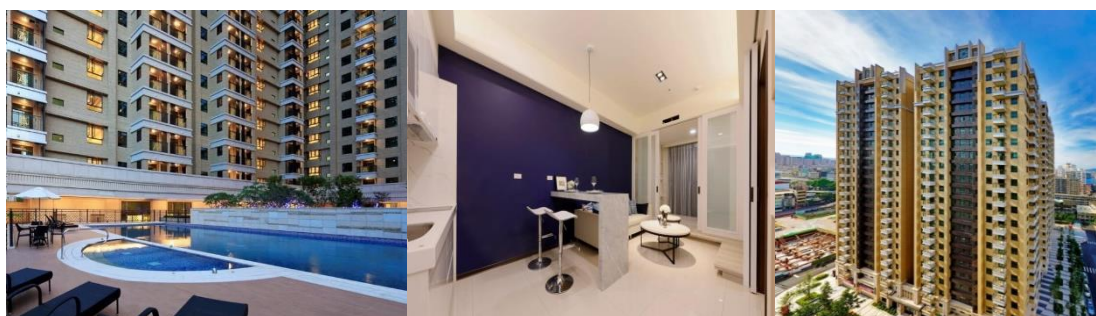
八、消費享優惠 抽大獎

(一) 抽獎獎項

本屆臺中購物節受到各界熱烈迴響，民眾憑臺中消費的任何金額發票或加入購物節優惠店家的收據都可以登錄購物節 APP 累積抽獎資格，不限金額累積滿 500 元即可獲得抽獎資格，今年獎項包含天天抽電動機車、週週抽 10 萬元現金、雙週抽汽車、加碼父親節抽百萬現金及 70 吋電視、壓軸抽蛋黃區精品豪宅及廖本生及許文融老師的名畫！獎項總價值超過 2 千萬，在後疫情時代，不僅為臺中店家們抓住報復性消費商機，更廣納吸引全臺民眾到臺中體驗到好吃、好玩、好買、好划算、好生活的購物節盛會，展現了專屬臺中特色的好店好禮好人情，一躍成為全臺振興地方生活經濟奇蹟的典範城市！



圖表 28 TIIDA 汽車



圖表 29 麗寶微笑世紀精品豪宅



圖表 30 百萬現金

(二) 領獎情況說明

得獎者中獎有各種不同反應，7月5日十萬得主：「當然繼續花」；7月11日汽車得主激喊終於有自己的車了，正在逛街要繼續拼經濟；7月25日十萬得主：「我要繳學費」；8月8日百萬得主不到五天完成領獎；8月22日加碼70吋電視得主大喊：「我中獎囉！我中獎囉！我中了什麼獎。」

9月12日盧市長現場 call 豪宅中獎人一租屋族幸運兒林小姐，「我是臺中市長盧秀燕，知道我為什麼打電話給妳嗎？」，林小姐不敢置信地說：「我中了什麼獎嗎？」，盧市長說：「恭喜妳中了第二屆臺中購物節最大獎千萬豪宅！」，林小姐直呼「我有點不敢相信耶！」、「現在心臟跳得很快！」



圖表 31 9月12日-民政耀眼綻放臺中演唱會

九、大數據分析

(一) 數據分析

1. 消費登錄效益及 APP 下載數

臺中購物節消費金額已達 90.38 億元，每日增加幅度平均 1.45 億元，發票/收據張數 1,218 萬筆，突破 1,200 萬張，APP 下載數已達 34.4 萬人次。



圖表 32 消費金額



圖表 33 發票/收據登錄張數



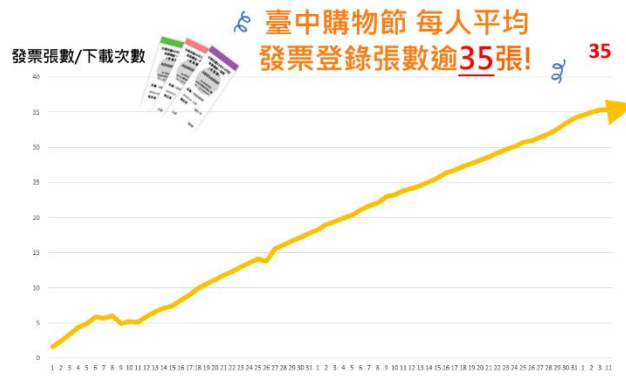
圖表 34 APP 下載量

2. 消費登錄效益分析

臺中購物節，每人平均消費登錄金額逾 2.5 萬、每人平均登錄張數 35 張、每人平均抽獎券數達 77 張、每張發票/收據平均消費登錄金額 719 元。



圖表 35 平均消費登錄金額



圖表 36 每人平均登錄張數



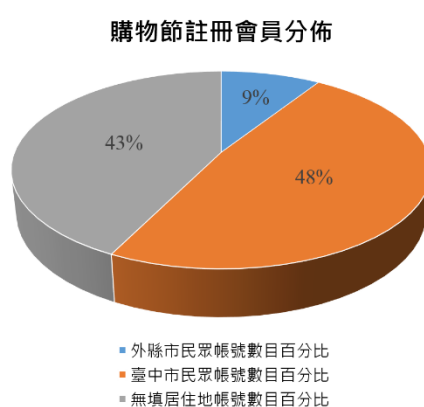
圖表 37 每人平均抽獎券張數



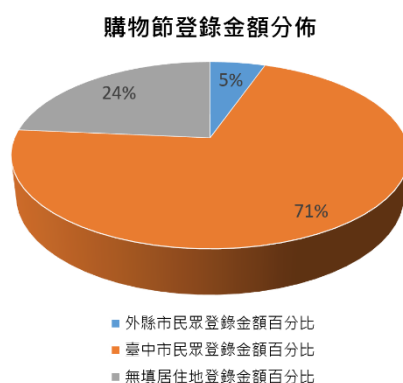
圖表 38 每張發票平均消費登錄金額

3. 會員註冊分佈及登錄分佈

臺中購物節消費數據分析，外縣市民眾累積登錄金額超過 4.6 億元，其中彰化縣、南投縣的民眾最為捧場，分別共佔 48%和 12.8%的登錄金額，其次分別為新北市、苗栗縣、臺南市、臺北市、高雄市、雲林縣和桃園市，共佔了 23.7%的登錄金額。



圖表 39 購物節會員分佈



圖表 40 購物節登錄金額分佈

肆、臺中購物節效益

一、效益

(一) 總效益比較表

2020 臺中購物節消費金額達 90.38 億元，每日增加幅度平均 1.45 億元，發票/收據張數 1,218 萬筆，突破 1,200 萬張，電商平臺臺中專區及購物節活動平臺瀏覽人次超過 8 億。

108-109年臺中購物節比較表

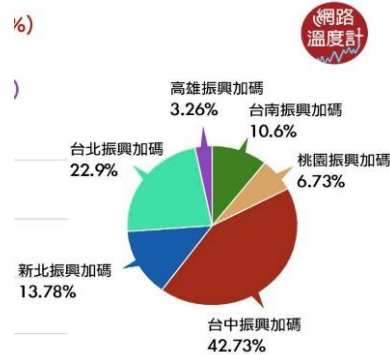
編號	項目	108年	109年	分析
1	消費金額	發票/收據登錄金額25.6億	臺中購物節APP實登87.53億 + 電商2.81億，合計衝破90.34億 勝	成長252%
2	APP下載數	23.1萬	34.4萬 勝	成長49%
3	抽獎序號總筆數	逾874萬張	逾2350萬張 勝	成長168%
4	優惠商家數	2.11萬家	3.76萬家 勝	成長78%
5	市府每投入1元創造消費登錄金額	市府每投入1元創造80元發票登錄金額	市府每投入1元創造223元發票登錄金額 勝	成長178%
6	每人平均消費登錄金額	逾1.1萬	逾2.5萬 勝	成長127%
7	發票/收據登錄張數	發票/收據登錄張數逾254萬張	發票/收據登錄張數逾1200萬張 勝	成長372%
8	每張發票/收據平均消費登錄金額	每張發票/收據平均消費登錄金額為1007元	每張發票/收據平均消費登錄金額為719元 鹿民勝	
9	每人平均發票/收據登錄張數	每人平均發票/收據登錄張數逾11張	每人平均發票/收據登錄張數逾35張 勝	成長218%
10	每人平均抽獎券數	37張	75張 勝	成長78%
11	網頁/電商瀏覽量	網頁瀏覽214萬次	平台瀏覽量6534萬次/電商7.4億次，共計8億次 勝	成長為400倍
12	外縣市消費金額(登錄/電商)		登錄金額4.6億元，佔比5.5%/電商2.39億，佔比85%	實體消費以彰化縣及南投縣佔比最高；電商消費金額則以臺北市及新北市佔比最高
13	消費登錄金額原縣區占比		28%	
14	前十名消費金額最高品項		房子	
15	外縣市民眾消費登錄前10高的品項		房子、車子	在購物節強勢的吸引下，外縣市民眾也特別將高額消費金額留在臺中，也展現臺中為宜居城市。

圖表 41 購物節比較表

(二) 網路聲量領先

「六都振興加碼大戰」調查，透過《KEYPO 大數據關鍵引擎》以人工智慧蒐集新聞媒體、社群平臺、討論區、部落

格、地圖評論等網站；結果顯示，臺中市的網路討論聲量以 42.73% 領先六都，其次依序為臺北市 22.9%、新北市 13.78%、臺南市 10.6%、桃園市 6.73%，最後為高雄 3.26%。



圖表 42 網路聲量統計

(三) 活動優惠店家

本屆臺中購物節加入之優惠店家數高達 37,360 家，優惠店家種類囊括食衣住行育各種類型店家，提供多項超值優惠方案，藉此行銷店家，達到長期性及延續性效益。

(四) 電商平臺成效

2020 臺中購物節增加線上電商平臺，特別規劃「臺中購物節專區」，民眾在專區內的消費一樣可以參加登錄發票抽大獎活動，因此有效帶動外縣市民眾在線上購買臺中商品，購物節期間線上消費總額 2.81 億元，8 成以上來自外縣市民眾消費，其中以北部地區為主要消費市場，雙北消費佔了總消費的 39%。熱銷商品則以食品、美妝和休閒旅遊類最受青睞。

二、執行效益分析

(一) 全市動起來

為建立本市遠近馳名的大型指標性活動臺中購物節，不僅臺中市政府全府總動員，從市府單位、各區公所、戶所…等各市府單位及

所屬單位積極投入臺中購物節的宣導、行銷、活動籌畫、市容景觀等工作推動；另外，民間企業亦相當支持臺中購物節活動，不僅積極參與，更投入資源例如獎項、設備或城市意象塑造等，讓臺中購物節更加盛大豐富。臺中購物節藉由市府、企業及民眾參與加強臺中認同感，藉此讓量能迅速累積擴散出去，進而創造更多效益。

（二）首推電商平臺

本次臺中購物節在疫情嚴峻之際思考轉型，規劃線上線下並進，導入電商模式以符合防疫需求，協助本市店家開拓通路，利用電商平臺既有會員擴大市場，並打破空間限制，讓店家觸及各地買家。

本年度購物節轉型以線上線下共同進行，除增加非臺中當地消費外，亦有效減少疫情衝擊，電商平臺與跨電視網路購物之電商平臺東森購物，及臺灣最大網路購物平臺 PCHOME 網路家庭商店街合作。

在購物節期間有效輔導臺中在地店家增加數位化消費量能，電商平臺臺中專區超過 7.4 億人次以上瀏覽，加上活動平台瀏覽量總瀏覽人次超過 8 億次，成功讓各地民眾都能看見臺中好物。

（三）後疫情時代報復性消費

今(109)年初新型冠狀肺炎(COVID-19)疫情造成國內緊張情緒，中央祭出多項社會活動限制，疫情造成全國消費力道大減。民眾持續幾個月悶在家，隨著 6 月底時各項限制逐漸放寬，臺中購物節適逢後疫情時期，各購物節合作店家百花齊放推出購物節優惠，市府強力行銷並與民間攜手重磅推出振興超十惠，並以消費累計滿 500 元即可抽總價值約 2 千萬的豪宅、汽車、名畫、現金及電動機車等豐富獎項，成功創造網路聲量及驚人消費金額，並獲得店家有感認同。

（四）APP 平臺及數位科技

今年度 APP 最大特色為導入大數據分析，藉以隨時調整推動方向，藉由大數據分析達到更佳效益，此外，今年 APP 讓民眾使用上更簡單易懂，今年也導入雲端載具讓民眾只要綁定系統就能自動帶入發票資料。此外，市府持續透過 APP 回報及客服蒐集民眾意見，致力

優化 APP 使用者體驗，例如整併點數領取介面、調整雲端發票綁定按鈕位置，把收據 QR Code 調整為獨立頁籤顯示等，讓民眾登錄發票更直覺、人性化。

本年度平臺的推動定位與去年具顯著差異，且為本府不同年度需求的客製化建置，針對臺中全年度大型場活動進行共通性服務模組設計，以利後續經營。目前以「臺中購物節(APP)」主軸宣傳。後續各場行銷活動可藉平臺導入、快速生成活動官網及雙平臺 APP 推廣，不僅節省各場活動重置 APP 之經費，也將歷年活動列為數位典藏方便民眾搜尋。

(五) 客服

本局針對客服回復持續改善，使民眾相關問題能即時獲得解答。若民眾有發生此問題，可透過 APP 回報或致電客服協助，系統也將針對驗證失敗的電子發票顯示其失敗的原因，加速民眾了解問題所在。

伍、結語

2020 臺中購物節成功創造消費經濟政策模式，今年購物節推動成果斐然，1 元市府預算創造 223 元消費登錄，此模式有效驅動消費者在臺中消費，同時全臺瘋購物節多項成績破紀錄，包含網路討論聲量第一、電商平臺雙破億，雙北最踴躍、APP 排行榜下載第一名，外縣市民眾中以彰化、南投最捧場、購物節 APP 成功樹立政府單位資訊應用典範，爭取五大獎：國際美國 R&D 全球百大科技研發獎、2020 WITSA Global ICT Excellence Award、經濟部國家產業創新獎-地方產業典範(團隊類)、2021 智慧城市創新應用獎、109 年傑出資訊人才獎等，年底將繼續推動歡樂購，再創消費熱潮拚經濟，延續購物節的成功模式，再創有感經濟政策。

臺中市政府為落實臺中拚經濟之願景，有策略性整合政府及民間資源，並於 108 起積極籌辦，規劃永續經營且好用的活動平臺，結合現代

科技導入大數據分析模式，能有效及時應變，並迅速因應今年新冠肺炎疫情調整，導入電商模式，線上線下並進，結合臺中 2 萬多家多元業者，聯合在地商圈、公(協)會、量販業、百貨、餐飲、旅宿等各項產業，提供折扣優惠來拚經濟，除了衍生的經濟效益外，各優惠店家對這次購物節活動都給予正面好評，並表示活動期間營業額有成長，同時也替店家品牌產生加值效益，並成功打造臺中成為經濟蓬勃的盛會城市，期許明年能夠達到更佳的效益，提升市民及外縣市民眾滿意度及參與度，並塑造臺中指標性購物節活動。

乙、搖滾臺中 Rock In Taichung 辦理成果檢討暨臺中市影視音產業政策及藝文展演空間未來願景（新聞局）

一、臺中市影視音產業政策概述

放眼國際，影視音產業不只是國家、區域文化的具體呈現，也是藝術的表徵，更是產業經濟的落實。文創產業，是以文化、創意為根本，進一步創造產業效益，形成產業聚落，促進經濟發展。

本府新聞局以「盛會城市、人才之都、影視重鎮」作為施政願景，在多個施政面向中更包含「流行音樂」及「影視發展」為核心價值主張，結合中央推動影視音產業之施政目標，希能落實在地影視及流行音樂產業扎根，讓各項影視音活動在臺中蓬勃發展，不但能使專業技術工作人員與藝術工作者駐點，更能透過多元的活動，打造活潑且具有動能的城市氛圍，並吸引國內外影視音消費族群造訪臺中，達成行銷臺中、人才培育和盛會城市的終極目標。

臺中在我國流行音樂的長流占有重要地位，從民歌西餐廳黃金時代開始，孕育黃品源、小剛等知名歌手，以至於臺中成為龐克音樂重鎮，至今還有滅火器樂團以龐克樂風享譽樂壇，嘻哈音樂也在此培養出玖壹壹及西屯純愛組等知名團體，流行音樂在本市留下完整脈絡。在此基礎上，積極扶植本市流行音樂產業並擴大民眾參與，辦理「搖滾臺中音樂節系列活動」邀請國內外知名樂團演出，同時舉辦原創音樂徵選協助在地團體登上大舞臺，參與樂迷人數逐漸增加，向下扎根培育未來歌手及樂迷，不僅成為中臺灣年度流行音樂盛會，也成為親子同樂的活動，帶來可觀的旅遊觀光效益；此外，本府新聞局更推出流行音樂行銷推廣補助，協助音樂工作者舉辦音樂活動，讓創作者能與樂迷有進一步交流的機會，爭取市場關注。以此逐步累積本市音樂展演能量，打造本市成為流行音樂重鎮，行銷大臺中。

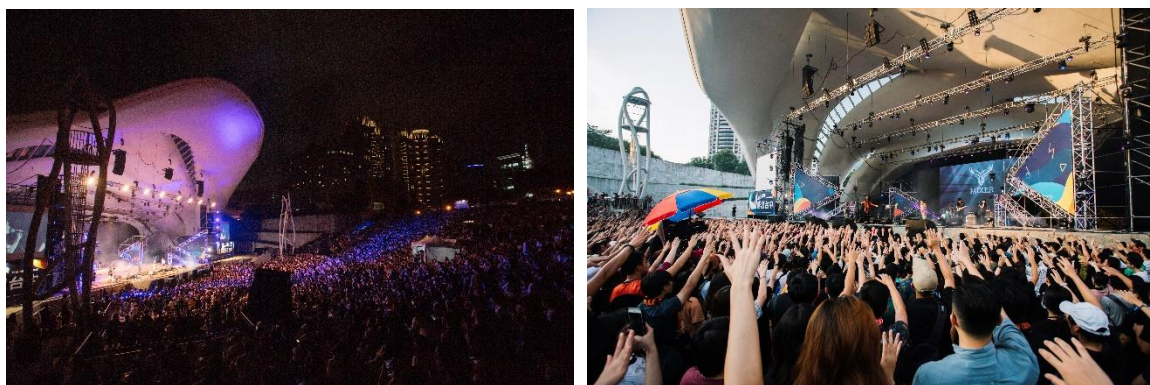
臺中是早期影視產業發展的搖籃，自臺影文化城的榮景，至李安拍攝「少年PI 的奇幻漂流」帶來好萊塢的製作團隊，臺中承接了前人的能量，站在巨人的肩膀上持續推動及扶植影視產業，讓產業落地生根。因此，在政策面上，本府新聞局每年持續辦理影視補助，包含拍片取景、住宿、影視基地場租及影視推廣活動補助，以及公私協力的友善協拍作

為，透過實質的資源挹注，降低劇組來臺中的拍攝門檻並提高長期駐地的意願，創造食衣住行等周邊產業經濟效益。同時，持續辦理多元影視活動，如主題影展、首映會、特映會以及社區影視推廣教育活動，讓臺中市民能夠從小開始培養影視賞析的能量。另外，更為強化並確實讓影視聚落根留臺中，本府新聞局推動「中臺灣電影推廣園區」計畫，串連供專業劇組拍攝的「中臺灣影視基地」和以影視消費和藝文培養為導向的「中臺灣電影中心」，結合產製端和消費端，再搭配既有的政策支援，形成健全的臺中影視產業鏈。

二、 搖滾臺中 Rock In Taichung 辦理成果檢討

（一）緣起說明

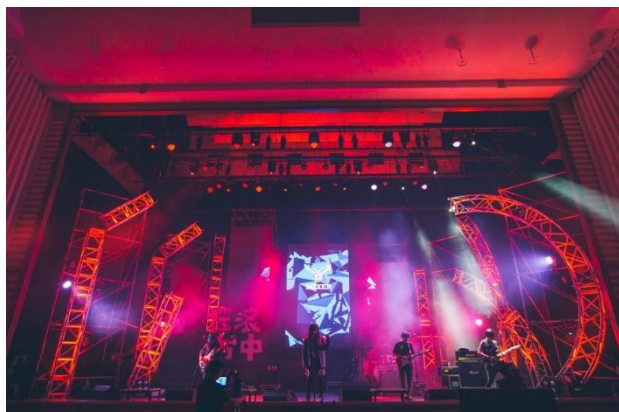
搖滾臺中 2007 年由民間自辦，2008 年起由臺中市政府承接辦理，除規劃在地音樂表演團體外，也邀請外國音樂團體參與，參與人數逐年遞增，2019 年更創下 2 天超過 9 萬人次參與，奠定搖滾臺中在音樂季的重要地位，也提升臺中市國際化程度。



2019 搖滾臺中實況，2 天超過 9 萬人次參加

搖滾臺中今(2020)年邁入第 13 年，受新冠肺炎疫情影響，百業飽受疫情衝擊，音樂表演團體更深受疫情影響，演藝表演活動停擺，外國團體也無法入境臺灣參與演出，生活經濟深受考驗，為扶植在地音樂、鼓勵音樂創作者並且提供表演團體演出的機會，維持舉辦不間斷，調整為線上直播辦理，持續串聯臺中、臺灣及國際知名樂團線上

直播開唱，邀請樂迷於線上見面，大家都是第一排搖滾區，一起「STEP UP! 做伙勇敢」。



搖滾臺中今年在港區藝文中心進行線上直播演出

(二) 活動效益

搖滾臺中今年以跨國際的搖滾音樂祭型態邀請 11 組國內知名藝人直播表演、10 組橫跨日本、韓國、馬來西亞、泰國等團體及 5 組臺中在地樂團預錄特別節目，共計 26 組演出團體，更邀請二大知名音樂祭「泰國大山」及「日本富士」錄製訪問特別節目，探討疫情衝擊下所面對的問題與對策，也對搖滾臺中轉為線上讓國際樂團能參與演出表達認同與肯定。



搖滾臺中成為中臺灣指標性搖滾音樂節，邀請多組外國樂團參與演出

線上直播音樂節，不侷限地域，只要連線上網都可以欣賞演出，讓全國甚至國際，看到臺中對於音樂活動的支持。2 天直播活動共吸引 32 萬播放次數，同時在線人數最高近 7,000 人，也吸引許多國外民眾觀看演出留言表示支持，活動 2 天直播平臺留言數合計有 3 萬 8,000 則留言，民眾熱絡地參與搖滾臺中音樂活動盛事，成為中臺灣最具指標性的搖滾音樂節。



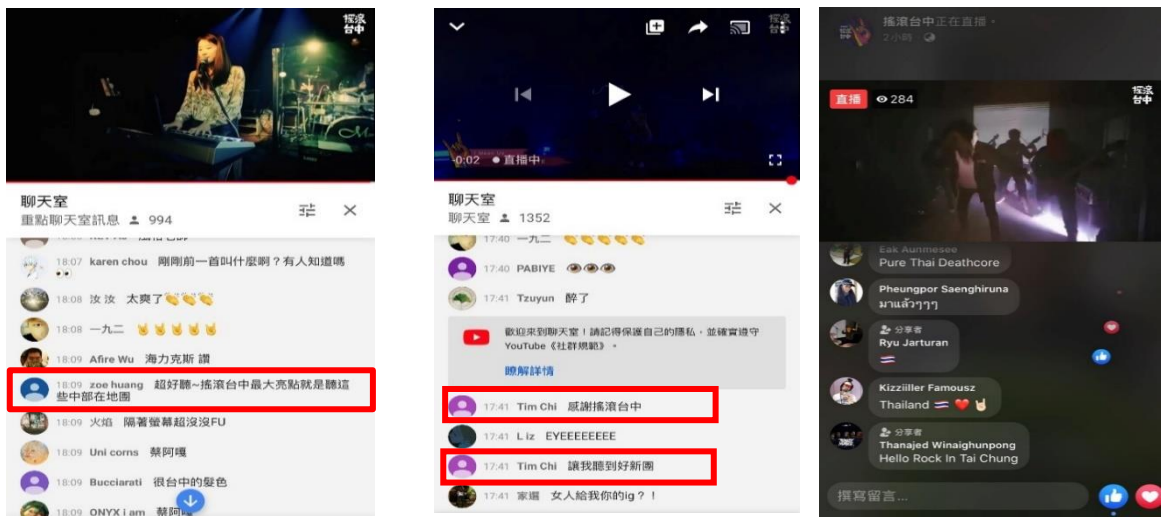
搖滾臺中不僅邀請線上知名藝人演出(左圖為魏如萱)，臺中在地團體也共襄盛舉

(三) 成果檢討

搖滾臺中過去皆以實體表演舞臺提供創作者現場演出與樂迷互動，今年上半年在疫情衝擊下，部分大型音樂活動如新北市貢寮國際海洋音樂祭宣布取消辦理，但搖滾臺中於疫情最緊張之際，決定調整為線上直播，一為提供表演者演出的機會，以提供經濟來源；一為避免群聚造成防疫破口，透過線上演出降低樂迷群聚接觸，避免感染的風險。不論是臺中在地團體、國內表演工作者或是外國表演團體，今年的搖滾臺中線上音樂節為大部分團體今年的第一場公開演出活動，外國團體更以預錄演出畫面，共同參與這場音樂盛會，也讓表演者嘗試不同以往現場演出的攝影棚錄影的表演方式，累積演出經驗。

搖滾臺中是個強調扶植在地樂團並培養跨國視野的搖滾音樂祭，這次採用線上直播，從直播聊天室留言就能了解民眾給予搖滾臺中極高評價。有民眾留言表示，搖滾臺中最大的亮點就是臺中在地的樂團，感謝搖滾臺中讓他們有機會認識這些臺中在地樂團。外國團體的參與演出，也吸引外國民眾關注並從而接觸到在地樂團，在在將搖滾臺中推向國際舞臺。

2020 年搖滾臺中因為疫情無法採用實體舞臺演出，難以同時讓更多在地團體共襄盛舉，期待明年再回到實體現場演出，擴大舉辦，讓更多樂迷實地參與互動。



線上直播節目聊天室民眾的回饋

三、影視音產業推動成果與未來願景

(一) 流行音樂展演空間與未來願景

1. 本市流行音樂展演空間

本府新聞局每年針對本市 Live House 進行聯合稽查，輔導業者保持安全之展演空間，維護消費者安全。未來也將繼續輔導新進業者接受消防及營建檢查，以提供樂迷舒適且安心之消費空間。

本府新聞局更辦理流行音樂補助行銷推廣活動。自 107 年年底開辦，至 109 年完成 2 次徵選，共補助 21 案，每場參與人次從 500 至 3,000 人不等，帶動巨大周邊經濟效益。



109 年硬地音樂活動補助案執行與民眾參與實況

(左圖為 LEGENDARY SAGA ACG 原創音樂大賞；右圖為 Jam Life 醬子玩爵士派對)

2. 未來展望

本市有 Legacy Taichung 音樂藝文展演空間，可容納坐席 500 人或站席 1,500 人。本府亦有相關資源可提供，如：大墩文化中心、

葫蘆墩文化中心、港區藝術中心、屯區藝文中心、中山堂、圓滿戶外劇場，容留人數從 300 至 8,000 不等，可供表演團體租借使用。本府新聞局亦可適當協助行政程序，減少樂團處理行政之奔波之苦。

興建中的臺中巨蛋完工後可容留人數更高達 1.5 萬人，在本市成長的巨星樂團，都可以在臺中巨蛋享有高品質的展演空間。

另外，音樂團體或業者如有意利用現有建物經營 Live House。本府新聞局亦將積極協助業者進入本市經營音樂藝文展演空間。

（二）影視音產業政策及成果

1. 影視補助及影視協拍

本府新聞局自 98 年起開辦影視補助，每年獲議會大力支持並爭取穩定編列預算，在影視業界已逐年打出口碑並獲好評，每年度二階段的拍片取景徵件數量亦持續成長，今(109)年第一梯次拍片取景補助核定 5 部作品，第二梯次拍片取景徵件更徵得 27 件作品，創歷年徵件數量新高，顯見本市影視補助能量已獲產業高度關注，並視為兵家必爭之地。

另拍片住宿補助及影視推廣活動補助，亦成為影視產業落地和多元影視活動集中本市之重要吸引力，今年度補助包含電影「哈囉少女」特映會、「美力臺灣 3D 行動電影院-臺中巡演計畫」、中臺灣影視基地電影攝影實務營等活動；拍片住宿補助包含電影「誰在你身邊」、「她們創業的那些鳥事」和「未來媽媽」等作品；影視基地場租補助則有電影「我心我行」(申請中)。



辦理「電影攝影實務營」，新聞局長黃國璋及導演魏德聖亦前往探班

另外，今年上半年的影視協拍數量，計約 400 件次，在上半年新冠肺炎疫情影響及國內影視產業凍結的產業現況下，臺中能夠維持高度的協拍能量，足見業界普遍認為「臺中好好拍」。



黃信堯執導電影「同學麥娜絲」於新聞局辦公室取景

穩定的影視補助和友善的協拍行政支援，不但讓劇組喜歡來臺中拍片，也直接創造在地高額的周邊產業效益(食、衣、住、行等)，更讓臺中在產業獲得良好聲量，並能夠逐步將臺中提升至臺灣中部最好拍片的城市。

2. 多元影視推廣活動

為增加影視消費人口並強化影視視聽內容深度、廣度，本府新聞局每年持續辦理電影巡迴放映活動以及校園影視扎根映演活動，並補助輔導財團法人臺中市影視發展基金會辦理各項影視推廣教育活動，持續推動「臺中電影節(臺中國際動畫影展)」以及各式特色影展，包含女性影展、金穗獎巡迴影展、公視精選大賞等，提升本市影視活動質量，推廣影視文化教育。

3. 中臺灣電影推廣園區

中臺灣電影推廣園區計畫包含以影視專業產製之「中臺灣影視基地」和以培養影視文化和藝文消費為主要導向之「中臺灣電影中心」。其中，中臺灣影視基地於 108 年度正式營運，並以「水拍攝、特效拍攝」為主要發展定位和推動亮點，市府將與 OT 團隊「中影八德股份有限公司」合作，透過招商、專業服務以及各項行政支援，吸引國內外劇組來臺中拍片；同時與在地影視相關院校進行產學深化合作，提升人才培育能量。另中臺灣電影中心刻正辦理工程新建

以及招商作業中，預計將於 109 年底前完工。



電視劇「2049 完美預測」於中臺灣影視基地深水池拍攝

四、結語

臺中蘊含豐富的文化資源，坐擁絕佳地理位置，實則為發展影視音的重要城鎮。本府新聞局致力推動影視音產業發展，在影視方面，新聞局提供協拍及影視補助，給予創作者實質協助，提高影視扎根臺中的意願；在教育面亦靠著推動動畫影展、女性影展等影視活動，提升本市影視文化能量，而「中臺灣影視基地」的營運，更是媒合產學合作的重要角色，提升人才培育能量，將臺中推向影視發展的高峰。

而在流行音樂產業的扶植方面，持續辦理「搖滾臺中音樂節系列活動」，不僅成功塑造中臺灣音樂表演之活動品牌，同時透過樂團徵選活動，給予臺中在地樂團表演機會，扶植臺中在地樂團發聲。今年因為疫情嚴峻，改採線上直播，為了讓來自日本、泰國、韓國、馬來西亞樂團亦能異地參與，以預錄方式製成特別節目穿插在網路直播中，搭配國內樂團的現場演唱，在防疫的同時，也讓音樂陪伴左右。同時鼓勵臺中在地樂團發展創作能量，訂定「流行音樂產業活動行銷推廣補助辦法」，讓臺中成為流行音樂發展重鎮，並鼓勵創作能量展現。本府新聞局在影視音發展下足功夫，以現有的業務持續活絡本市影視音產能，希冀提升相關能量，扶植產業並有效推廣。