

臺中市議會第3屆第8次臨時會

經發局編列商圈管理及輔導預算

經費3億5,260萬元

專案報告



臺中市政府

TAICHUNG CITY GOVERNMENT

臺中市政府經濟發展局

報告人：局長 張峯源

中華民國110年9月24日

【目 錄】

壹、振興臺中經濟—中央振興券加值計畫

一、計畫緣起	1
二、中央振興券相關規畫	1
(一)振興五倍券	1
(二)其他加碼措施	2
三、目前五都公布加碼計畫措施	2
(一)臺北市	2
(二)新北市	3
(三)桃園市	3
(四)臺南市	3
(伍)高雄市	4
四、本計畫振興對象及加值方向	4
五、計畫運用平台—臺中購物節	4
(一)臺中購物節辦理方式概要	4
(二)臺中購物節執行成效	5
(三)本市振興券加值計畫執行策略	6
六、振興計畫推動配套方案	8

(一)行銷策略.....	8
(二)全市動起來—民間響應.....	9
(三)全市動起來—公部門參與.....	10
(四)線上電商活動.....	11
(五)線下實體活動.....	11
七、本計畫整合性行銷.....	11
八、計畫期程.....	11
九、經費.....	12
十、預期效益.....	12

貳、臺中市山城地區商圈行銷計畫

一、計畫目的.....	12
二、計畫預定執行內容.....	13
(一)本市東勢形象商圈行銷.....	13
(二)本市和平區谷關商圈行銷.....	13
三、經費及期程.....	13
四、預期效益.....	14

參、臺中市龍井及海線地區商圈行銷計畫

一、計畫目的.....	14
-------------	----

一、計畫預定執行內容.....	14
(一)本市梧棲地區-臺中港舶來品商圈行銷.....	14
(二)本市龍井地區-東海藝術街商圈行銷.....	14
三、經費及期程.....	14
四、預期效益.....	14
肆、結語.....	15

壹、振興臺中經濟—中央振興券加值計畫

一、計畫緣起：

全臺經濟在疫情肆虐下，影響甚深，據經濟部統計處數據顯示，今(110)年6月於三級警戒措施下，零售業營業額年減13.3%，其中餐飲業年減39.9%，兩者皆為有統計資料以來最大減幅，至7月疫情趨緩，7月27日後降為二級警戒，雖然消費人潮逐漸回流，但零售業營業額相較於去年同期仍年減10.3%，餐飲業則年減38.8%，情勢依然嚴峻，如何紓困店家、振興經濟成為當務之急！

基於上述背景，中央規劃再次推出振興券措施，並擴大發放額度，希冀以短期、大量消費提振經濟，各地方政府則競相祭出加碼計畫因應，期待藉吸納振興券千億商機，振興地方產業，惟基於地方政府預算有限，如何透過有效的機制設計發揮振興券帶來的乘數效果，將是加碼計畫成功關鍵。

臺中購物節自108年開始，已連續舉辦兩屆，去年成功爭取中央「振興三倍券」商機，締造登錄金額破90億佳績，蔚為本市經濟亮點政策，爰本計畫擬掌握該中央振興券政策效果及後防疫時代報復性消費商機，提出加值配套規畫，並配合臺中購物節辦理，重磅加碼現金獎項，提高民眾於本市使用振興券消費誘因，發揮臺中購物節活動及中央振興券綜效，可望加速本市店家營業復甦，實現具臺中特色之振興加值計畫。

二、中央振興券相關規畫

(一) 振興五倍券

行政院9月9日正式拍板宣布中央振興券措施，推出的「振興五倍券」共分為紙本券與數位券，領取資格為111年4月30日前出生的國民、外籍配偶、持有居留證或外交官員證者。訂於9月22日開放紙本券登記預約，同時綁定數位券，10月8日起領取紙本券，可使用至111年4月30日止，商家兌領則由10月15日至隔年6月30日。本次振興券全民皆可免費

領取，不用預付 1000 元。目前面額規畫，紙本券一套 10 張共 5000 元(含 3 張 1000 元、2 張 500 元、5 張 200 元，無 100 元券規畫)，民眾不得要求店家找零，但店家得依營業必要性找零。

中央振興券領取依數位券及紙本券而異：紙本券可至超商(市)、中華郵政預約領取；數位綁定則可以綁定信用卡、電子支付、悠遊卡或一卡通等電子票證，民眾後續可至振興券官方網站查詢合作業者；如至振興券官網、超商機台以健保卡認證方式，則可選擇數位共同綁定或是紙本預約；另數位券綁定部分，本次開放不同戶籍的家人可「共同綁定」，上限為 5 人。

(二) 其他加碼振興措施

除了振興券之外，延續去年針對不同產業之振興措施，行政院將與各部會一同提出 8 類、1236 萬份加碼振興券，包括藝 FUN 券(文化部)、動滋券(教育部)、農遊券(農委會)、客庄券(客委會)、i 原券(原民會)、好食券(經濟部)、國旅券(交通部)、地方創生券(國發會)，針對藝文產業、運動產業、休閒農業、客庄地區零售業、原民店家、餐飲、糕餅伴手禮業者、市場、夜市攤商、旅行社、地方創生計畫相關網絡…等對象提供民眾消費挹注，公股銀行及中華郵政，亦將配合數位券發放，提出加碼配套，以上加碼將由行政院所推出的共同平台統一抽籤發行。

三、目前五都公布加碼計畫措施

(一) 臺北市

臺北市與悠遊卡公司合作，推出全國民眾及北市長輩回饋，民眾只要 10 月 6 日前將五倍券綁定悠遊付，前 1 萬名的民眾，可獲得總價值高達 5000 元的「五夠大包」振興禮包。

另外，臺北市政府推出振興加碼方案「台北熊好券」，透過台北通 App 整合面額 1 千元的住宿券，及面額各 100 元的饗購、

藝文、運動及市集券，總計超過 100 萬份。

9 月 8 日起開放北市店家線上登記，月底開放民眾意願登記、擇期抽獎，中獎民眾於今年底前，至合作店家掃描專屬活動 QR Code，即可享折扣優惠，確切上線日期及詳細計畫，尚待中央振興方案公佈才能因應。

(二) 新北市

新北市提出三種加碼方案、共計 31 萬份「新北加倍券」，推出 20 萬份 500 元五倍券換 1000 元新北加倍券、10 萬份 1000 元五倍券換 2000 元新北加倍券、1 萬份 5000 元五倍券換 1 萬元新北加倍券，並於 10 月 20 日到 31 日開放新北市民線上登錄抽獎，11 月 8 日公布得獎名單，適用範圍包括新北的公有市場、夜市、觀光工廠及住宿等。

(三) 桃園市

桃園市政府加碼推出「6+1」桃園振興暖身計畫，結合經發局、文化局、桃捷公司、農業局、觀旅局、交通局及資科局等共同執行，措施包括透過發票抽獎、抵用券兌換、點數加倍、戶外食農教育體驗、團體旅遊補助、振興券買一送一各項加碼優惠活動，協助在疫情期間受衝擊的桃園產業盡快復甦，發揮振興最大效益，受惠產業包括餐飲業、文創業者、交通運輸、觀光旅遊、傳統市集；此外為爭取振興數位券商機，鼓勵民眾結合市民卡及綁定振興數位券，並搭配數位支付方案辦理加碼抽獎。

(四) 臺南市

臺南購物節 8 月 23 日起跑，民眾只要在臺南消費滿新台幣 100 元，就可憑發票登錄抽大獎。市府也將整合各商圈、觀光工廠、百貨公司、量販店、飯店旅宿等，推出振興五倍券優惠方案，並辦理線上購物平台促銷等活動。「台南好康券」9 月 6 日發行，1 券在手，整合食、宿、遊、購、行逾 500 種優惠，

還能享有抽獎等四重好康，單筆滿百元的發票，同時可參加臺南購物節的登錄發票活動，即日起至 111 年 2 月 6 日住宿臺南市的合法旅宿，即能免費取得。

(五) 高雄市

推出「高雄開就賺」的高雄券，首波共將發出 2 億元，持五倍券在高雄消費滿 5 千，就送 1 千元高雄券，還可參加抽獎，最大獎是 Tesla 電動車。

四、本計畫振興對象及加值方向

爰本市振興經濟計畫為提升本市整體產業、店家經營，復甦地方經濟，擬納入本市所有店家共同參與，小店家、公有零售市場、夜市（攤販集中區）攤商皆能涵括，並規劃足夠誘因機制設計，使店家願意主動釋出消費優惠，使市民及全國民眾願意於本市使用中央振興券，以發揮振興券帶來的乘數效果，使有限的地方政府預算，發揮最大效益。因此，本計畫規劃配合中央振興券發放期程，舉辦消費登錄抽獎活動，同時不以使用振興券為參與條件，振興券及現金皆可使用，以期擴大消費規模，吸引民眾短期大量消費；並為提升消費誘因，規劃以現金獎項為主，滿足民眾疫情下最直接與實際需求，獎項設計將朝高額現金與廣發普獎並存規畫，以「拿振興券抽現金」為號召，提高民眾參與意願。希冀透過具吸引力之抽現金活動，創造槓桿效應，觸發民眾大量消費，提供在地店家、產業最即時、有力之資金挹注。

五、計畫運用平台—臺中購物節

基於地方政府預算有限，如何透過有效的機制設計發揮振興券帶來的乘數效果，將是加碼計畫成功關鍵。

(一) 臺中購物節辦理方式概要

臺中購物節自 108 年開始，已連續舉辦兩屆，活動以登錄消費發票抽大獎之行銷模式為主軸，並採行線上、線下並進策略，線上媒合電商平台拓展多元販售管道；線下以 3 萬 7 千家優惠店家及全市合作店家為基底，透過店家及優惠訊息曝光，及

優惠店家、公有市場、夜市（攤販集中區）消費金額三倍送等利多，將消費人流導入在地店家，並結合商圈、市場及夜市等舉辦各式主題及地區特色活動，營造節慶氛圍，促進本市各區域居民參與；同時，為宣傳購物節及推廣本市產業、商圈特色及優良商品，透過傳統及新興媒體管道並進，強勢曝光，並結合遊程串聯商圈店家及周邊景點，形塑臺中商圈及臺中市好吃好玩的整體形象。

（二）臺中購物節執行成效

在消費登錄抽獎及多元活動廣宣帶動下，去年臺中購物節成功爭取中央「振興三倍券」商機，締造登錄金額破 90 億佳績，除振興加碼相關網路討論聲量為六都第一，成功創造城市行銷話題，實質經濟成效亦卓著。

據中華經濟研究院研究報告指出，臺中購物節帶動全國總體經濟產值效果約 175.17 億元，其中直接產值效果為 83.20 億元，而 GDP 創造效果平均約為 86.22 億元，就業支持及創造效果平均約為 6,474 人次/年；至於臺中市在地經濟產值帶動效果平均約為 90.14 億元，GDP 創造效果平均約為 33.52 億元，就業支持及創造效果平均約為 4,702 人次/年，顯示購物節對台中在地就業支持及效果顯著，占全國總效果 73%、經濟產值效果 51%、GDP 創造效果 39%，等於每創造 1 元的消費，可帶動總體經濟產值達 1.75 至 2.46 元，而創造的經濟效益，有近 51%發生於台中在地，確實有效發揮促進在地經濟效果。臺中購物節於 109 年下半年度有效達成「消費支持」與「振興臺中經濟」之雙重效果。去年臺中購物節結合年底辦理同樣以抽獎活動串聯在地商圈、店家及主題行銷模式為號召之女麗購活動，累積登錄消費金額破百億，被中華經濟研究院譽為「六都振興經濟典範」，顯示臺中購物節及其機制確實為有效帶動地方及總體經濟之政策設計。

至於臺中購物節資源投入與消費產出之效果，按去年臺中購物節計畫經費 3,000 萬元，提供精品好宅、房車、電動機車、現金及局處媒合相關獎項換算價值約 1,720 萬元，以該經費資源投入規模，最終登錄金額高達 90 億元，顯示臺中購物節抽獎活動結合相關多元活動、廣宣，創造之話題性與吸引力，確實具備可提升政策資源投入產出倍率之槓桿效果。

(三) 本市振興券加值計畫執行策略

1. 透過抽獎機制放大中央振興券消費效益

(1) 本計畫規劃於中央振興券發放後，透過「台中生活經濟平台（臺中購物節 APP）」舉辦民眾消費登錄抽現金獎項，並結合臺中購物節期間及活動辦理，以新臺幣 3 億 3,500 萬元作為現金獎項，一方面以發放現金之方式，滿足民眾疫情下最實際之生活需求；二方面，藉由重磅加碼獎項組數、總獎金，並配合抽獎機制、獎項話題性及節慶氛圍，大幅加強前揭投入/產出槓桿力度，抬升消費誘因，吸納中央振興券千億商機，與臺中購物節一同把餅做大，協助本市店家、產業復甦。此外，為平衡城鄉經濟，規劃區域消費專屬抽，以期觸發消費誘因，振興區域經濟。

(2) 配合臺中購物節期間（預定 110 年 10 月 10 日至同年 12 月 9 日）辦理，參與對象不限本市民眾，以「台中生活經濟平台 APP」會員為主，凡在本市消費之發票、收據（加入購物節優惠店家開立）不限金額，均得登錄「台中生活經濟平台 APP」，每累計 500 元可得一抽獎序號，為鼓勵店家踴躍提出消費優惠，民眾凡於臺中購物節優惠店家購物，消費金額 3 倍累計，為維持抽獎方式一致性，相關抽獎規畫配合

臺中購物節辦理。

活動期間獎項規劃為，每日抽出 1,000 組新臺幣(下同) 5000 元，週週抽出 10 組 10 萬元，月月抽 1 組 100 萬元，合計預定發放 3 億 1,500 萬元，另規劃 2,000 萬元辦理加碼抽，將視計畫執行需求，提出加碼方案，鼓勵民眾踴躍消費。

相關獎項規畫表列如下：

項目	獎項	組數	金額
日日抽	5,000 元	每日 1,000 組，計 61 日	3 億 500 萬元
週週抽	10 萬元	每週 10 組，計 8 週	800 萬元
月月抽	100 萬元	每月 1 組，計 2 月	200 萬元
加碼抽	依活動辦理需求另案研議後公布		2,000 萬元
合計	3 億 3,500 萬元		

另為平衡城鄉經濟，提升山、海、屯區域消費，規劃於日日抽部分，針對去年臺中購物節消費登錄金額較低之 10 區（大安、石岡、外埔、新社、和平、東勢、大肚、神岡、霧峰、龍井等區）設計區域消費專屬抽，計 100 組，以期觸發消費誘因，振興區域經濟。

2. 結合臺中購物節共同辦理強化效益

臺中購物節自 108 年辦理以來，已為眾所期盼的臺中盛會，店家期盼商機、民眾盡情消費，成就臺中城市品牌內涵。今年的第三屆臺中購物節原規劃於暑假期間舉辦，惟因新冠肺炎疫情，活動延後辦理，於現下疫情逐漸趨緩之際，臺中購物節更需積極籌辦，掌握報復性商機以有效活絡本市商業活動，業於 8 月 19 日舉辦活動優惠店家招募說明會，並於活動正式開跑前，規劃購物節 APP 會員回娘家與電商早鳥促銷等線上活動，以喚起民眾去年度購物節的記

憶，並預定配合中央振興券發放時程，正式推出為期 2 個月的臺中購物節。

因應疫情，今年度臺中購物節將擴大招募因疫情重創的產業店家，包括餐飲業、旅宿業、夜市、傳統市場、商圈、美容美體業、觀光休閒、交通運輸、各地方產業館等一起加入，延續去年購物節優惠模式，提供活動優惠店家消費金額「三倍」累計，提高民眾參與的誘因，刺激消費，提供受創產業最實際的支持。

本屆購物節延續去年度登錄消費發票抽大獎之行銷模式並採行線上線下並進，媒合電商平台拓展多元販售管道，與電商攜手打造臺中特色產品專區，並延續去年與電視購物頻道合作主打臺中十大伴手禮、農特產品，有效增加本市特色商品全國曝光度，另線下活動遵循中央防疫指引規範，於後防疫時期持續提高警覺，貫徹落實各項防疫作為，期待透過實體活動將消費人流導入在地店家。

六、振興計畫推動配套方案

（一）行銷策略

臺中購物節今年已第三屆，並結合中央振興券發放及臺中市振興增值計畫，期待以全新形象給市民及全國民眾耳目一新感受，帶動活動新鮮感及話題，因此重新設計臺中購物節全新視覺形象，並首次推出活動代言人。

臺中購物節 LOGO 與主視覺，有別於前兩年，今年新打造以購物袋意象與臺中在地特產為主題，搭配活潑色調，展現購物節歡樂氛圍，讓活動更有辨識度。

2021 臺中購物節代言人，配合全臺唯一用「振興券換現金」加碼方案，特別邀請謝金燕擔任代言人，名字有金又有燕，絕對讓民眾驚艷！期待藉由謝金燕姐姐親和形象與求新求變的獨特表演風格，展現今年購物節帶領店家拚經濟決心及活力，

並配合活動廣告露出，持續號召全國民眾來臺中，購物節消費，拿振興券抽現金！

(二) 全市動起來—民間響應

本次臺中市中央振興券加值計畫結合臺中購物節共同辦理，串聯民間廠商、整合資源共同參與，今年由麗寶集團再次合作精緻好宅作為活動亮點首獎，在地民間企業、廠商亦紛紛響應贊助獎項、協助活動宣傳。

相關民間廠商參與臚列如下：

響應方式	民間廠商
贊助精緻好宅	麗寶集團 贊助好宅 1 戶，為臺中購物節首獎
贊助現金獎項	三井 outlet、台北富邦銀行 贊助新臺幣 20 萬元為購物節抽獎獎項
贊助商品獎項	歐客佬精品咖啡、嘉味軒、振宇五金行、寧菠小館、恩霖實業、皂來好運 提供購物節早鳥活動抽獎品，規劃中獎人到店領取獎品，導客入店互惠雙贏
提供行動支付回饋	LINE Pay、悠遊付 配合本市行動支付倍增計畫，行動支付業者 LINE Pay 及悠遊付與臺中購物節合作推出優惠方案，活動期間 10%~15%優惠回饋
協助行銷宣傳	中國信託銀行 於全國 6,000 多台 ATM 及信用卡帳單上宣傳活動訊息 臺灣銀行 協助領獎匯款事宜、宣傳活動訊息

響應方式	民間廠商
	中友百貨、廣三 SOGO、豐原太平洋百貨 本市百貨商場將於櫃位上設置活動宣傳立牌
配合舉辦行銷活動	商圈、公有市場、夜市(攤集區) 臺中購物節將與臺中在地商圈、夜市、市場聯合舉辦實體活動，藉由帶狀活動積累穩定客流及推升活動聲量
加入優惠店家	延續去年本市 3 萬 7000 家業者基底，並持續招募在地業者加入臺中購物節優惠店家，目標 5 萬家，對民眾提供消費優惠，協助活動宣傳，形塑全城 on sale 氛圍！

(三) 全市動起來—公部門參與

臺中市政府各局處也全體總動員參與行銷、媒合吸睛抽獎品，

澎派加碼。為臺中店家爭取振興券千億商機鋪路，全市動起來！

市府團隊	加碼方案
觀光旅遊局	辦理「臺中市創新體驗遊程行銷推廣活動」結合旅遊業者及觀光購物 加碼住宿券
民政局	舉辦雙十國慶消費登錄臺中購物節 APP 活動抽獎活動
農業局	加碼臺中蜂華得獎蜂蜜
運動局	加碼提供運動場館體驗券、國運中心振興券優惠方案
社會局	提供中央振興券加碼優惠活動
地稅局	舉辦「雲端揪愛~振心集點 shopping 趣」及載具歸戶抽獎活動

(四) 線上電商活動

媒合東森購物電商平台拓展多元販售管道，與之攜手打造臺中特色產品專區，於購物節期間週週推出消費滿額即贈東森幣或抽專屬滿額贈禮之超值回饋方案，另外規劃七大主題商品專區，「普天同慶 MIT 精品」、「振興經濟支持在地店家」、「台中優選新鮮直送」、「媽咪市長推薦」、「雙十一限時必選」、「限時搶購要的 +1」、「暢遊台中報復旅遊」將接力登場，東森也再加碼限時專屬優惠，並延續去年與電視購物頻道合作主打臺中十大伴手禮、農特產品，透過線上通路，有效增加本市特色商品全國曝光度。

(五) 線下實體活動

今年度購物節與受疫情重創產業合作，週週結合商圈、市場及夜市等舉辦各式主題及地區特色活動，首週由本市特色市集打頭陣，其後陸續舉辦「太陽餅文化節」、「東勢巷弄美食」、「萬聖節活動」、「海線 GOGO 購」、「中區嘉年華活動」、「屯區 GOGO 購」、「長億夜市行銷活動」、「糕餅節」等九場線下主題活動，讓民眾週週暢遊臺中各大商圈、市場及夜市，將消費人流及振興券商機導入在地店家。

七、本計畫整合行銷

依據本計畫推動配套方案，針對臺中購物節全新視覺形象及代言廣告等媒體文宣進行強力曝光，並因應全市動起來共同爭取中央振興券商機及臺中購物節，提供民間產業、廠商行銷支持，宣傳本市豐富多元的商業面貌及優質商品、服務；並協助市府相關局處為本計畫及臺中購物節進行行銷宣傳，包括邀請相關業者加入優惠店家、購物節文宣、廣告物設計、媒體刊登等，期待藉由本市振興措施推動，加以整合行銷包裝，提升本市中央振興券加值方案成效，帶動本市民生消費產業發展。

八、計畫期程：共 5 個月

本計畫抽現金活動規劃由「110 年臺中購物節」計畫執行，並由市政府進行現金獎項匯款事宜，並負擔匯款手續費等相關費用。計畫期程配合中央振興券發放時點推出，並結合臺中購物節辦理，預計獎項發放至 111 年 3 月 31 日前辦理完成。

九、經費：共 3 億 5,000 萬元

項次	項目	單位	金額(元)	內 容
1	現金獎項	1 式	335,000,000	配合中央振興券政策，辦理抽獎活動，吸引民眾消費，促進本市商業復甦。
2	本計畫整合行銷	1 式	9,000,000	辦理整合性行銷，宣傳本計畫與本市各項振興措施宣傳，及本市民生消費產業、商品主題式行銷。
3	行政作業費	1 式	6,000,000	計畫統籌、執行、服務專線及客服、律師見證、獎金發放行政作業、核銷、匯款手續費、雜支…等事宜。
總計			350,000,000	

十、預期效益

藉由結合臺中購物節活動及大幅加碼消費登錄抽獎獎項組數及總獎金，以抽獎活動強化消費誘因，吸納中央振興券千億商機，以今年中央發放千億振興券的利多，加以臺中購物節結合臺中振興方案的吸引力，有信心登錄金額將突破百億，預計創造 175 億至 246 億元以上的經濟產值，帶動全市商業復甦。

貳、臺中市山城地區商圈行銷計畫

一、計畫目的：

為輔導山城地區地方組織帶動商業發展，結合觀光旅遊資源帶動當地客家、原民特色商圈或產業知名度並活絡地區經濟，以推廣地區特色吸引人潮進入東勢及谷關地區消費，因而辦理本市山城地區商圈行銷計畫。

二、計畫預定執行內容

(一) 本市東勢形象商圈行銷

1. 舉辦「2021 東勢巷弄美食嘉年華」(暫定暑假)，結合各類行銷活動(如購物節)帶動在地美食產業的曝光度(美食為主，惟販售品項不侷限食品類，以豐富活動內容)，振興商機與提升經濟產值。
2. 結合客家木業文化：規劃如木工藝品 DIY 或柴馬體驗或其他適宜之相關文化體驗舞台節目。
3. 媒體宣傳：應有平面媒體及電子媒體之媒體露出效益，及其他適宜之行銷宣傳；包含邀請卡、DM、海報、廣告布條等。

(二) 本市和平區谷關商圈行銷

1. 舉辦聯合行銷活動：結合谷關商圈業者、當地原住民文化及其他行銷活動(如購物節)，辦理聯合行銷(暫定暑假)，以帶動當地溫泉產業及原住民文化曝光度，振興商機與提升經濟產值。
2. 刺激商圈消費行銷方案：規劃辦理刺激谷關商圈消費消費活動(如發放券體、摸彩、大禮包或其他刺激行銷)，以提升並帶動商圈營業額。
3. 媒體宣傳：應有平面媒體及電子媒體之媒體露出效益，及其他適宜之行銷宣傳；包含邀請卡、DM、海報、廣告布條等。

三、 經費及期程

本(110)年度台電公司促進電力發展營運協助金追加編列預算新台幣160萬元整；並預計於明年度(111)辦理。

四、 預期效益

透過辦理商圈主題行銷活動，結合商圈特色、延續人文及觀光發展，活絡在地經濟發展，達到商圈行銷之效益。

參、 臺中市龍井及海線地區商圈行銷計畫

一、 計畫目的：

為輔導海線地區地方組織帶動商業發展，結合觀光旅遊資源帶動海線地區特色商圈或產業知名度並活絡地區經濟，以推廣地區特色吸引人潮進入龍井及海線地區消費，因而辦理本市龍井及海線地區商圈行銷計畫。

二、 計畫預定執行內容

(一) 本市梧棲地區-臺中港舶來品商圈行銷：

1. 臺中港舶來品商圈特色活動：辦理臺中港舶來品商圈特色活動(例如：嘉年華活動)，創造在地特色。
2. 媒體宣傳：為達宣傳媒體行銷推廣活動，活動至少應有平面媒體及電子媒體之媒體露出效益，及其他適宜之行銷宣傳；包含邀請卡、DM、海報、廣告布條等。

(二) 本市龍井地區-東海藝術街商圈行銷

1. 東海藝術街商圈特色活動：辦理東海國際藝術節活動，將會員店家特色帶入活動當中，可參考該商圈往年舉辦之活動(例如：萬聖節活動)，內容可包含特色市集及音樂會等特色活動，創造在地特色。
2. 媒體宣傳：為達宣傳媒體行銷推廣活動，活動至少應有平面媒體及電子媒體之媒體露出效益，及其他適宜之行銷宣傳；包含邀請卡、DM、海報、廣告布條等。

三、 經費及期程

本(110)年度台電公司促進電力發展營運協助金追加編列預算新台幣100萬元整；並預計於明(111)年辦理。

四、 預期效益

透過辦理商圈主題行銷活動，結合商圈特色、延續人文及觀光發展，活絡在地經濟發展，達到商圈行銷之效益。

肆、 結語

透過本計畫方案結合臺中購物節、商圈行銷活動及大幅加碼消費登錄抽獎獎項組數及總獎金，以抽獎活動強化消費誘因，吸納中央振興券千億商機，依據中華經濟研究院109年的臺中購物節成效研究，臺中購物節帶動全國總體經濟產值效果約175.17億元，其中直接產值效果為83.20億元，而GDP創造效果平均約為86.22億元，就業支持及創造效果平均約為6,474人次/年，對於臺中市在地經濟產值帶動效果平均約為90.14億元，GDP創造效果平均約為33.52億元，就業支持及創造效果平均約為4,702人次/年，顯示購物節對臺中在地就業支持及效果顯著，每創造1元的消費，可帶動總體經濟產值達1.75至2.46元，而創造的經濟效益，有近51%發生於台中在地，以今年中央發放千億振興券的利多，加以臺中購物節結合臺中振興方案的吸引力，有信心登錄金額將突破百億，預計創造175億至246億元以上的經濟產值，帶動全市商業復甦。