

臺中市政府
第 506 次市政會議



效益加乘 -
2021 臺中購物節
搭配振興券之規劃情形

簡報單位：臺中市政府經濟發展局
簡報人：張局長峯源
簡報日期：110年10月12日

振興臺中 三箭齊發





1

活動期程

2

活動 **APP**

3

智慧購物

4

公私協力

5

抽獎規劃

6

行銷規劃

7

外界關心事項

8

預期效益



活動期程



企業合作洽談

優惠店家招募

跨局處整合協調

早鳥活動
9/25-10/9

正式活動
10/10-12/9

壓軸
抽
12/20



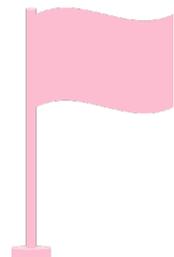
活動期程 - 暖身規劃



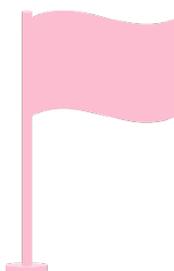
8/19
招商說明會



9/17
振興記者會



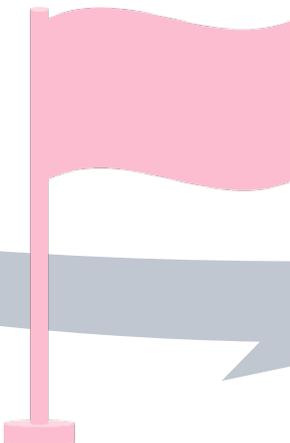
9/24
早鳥記者會



10/02
美味逢甲
食在貪吃



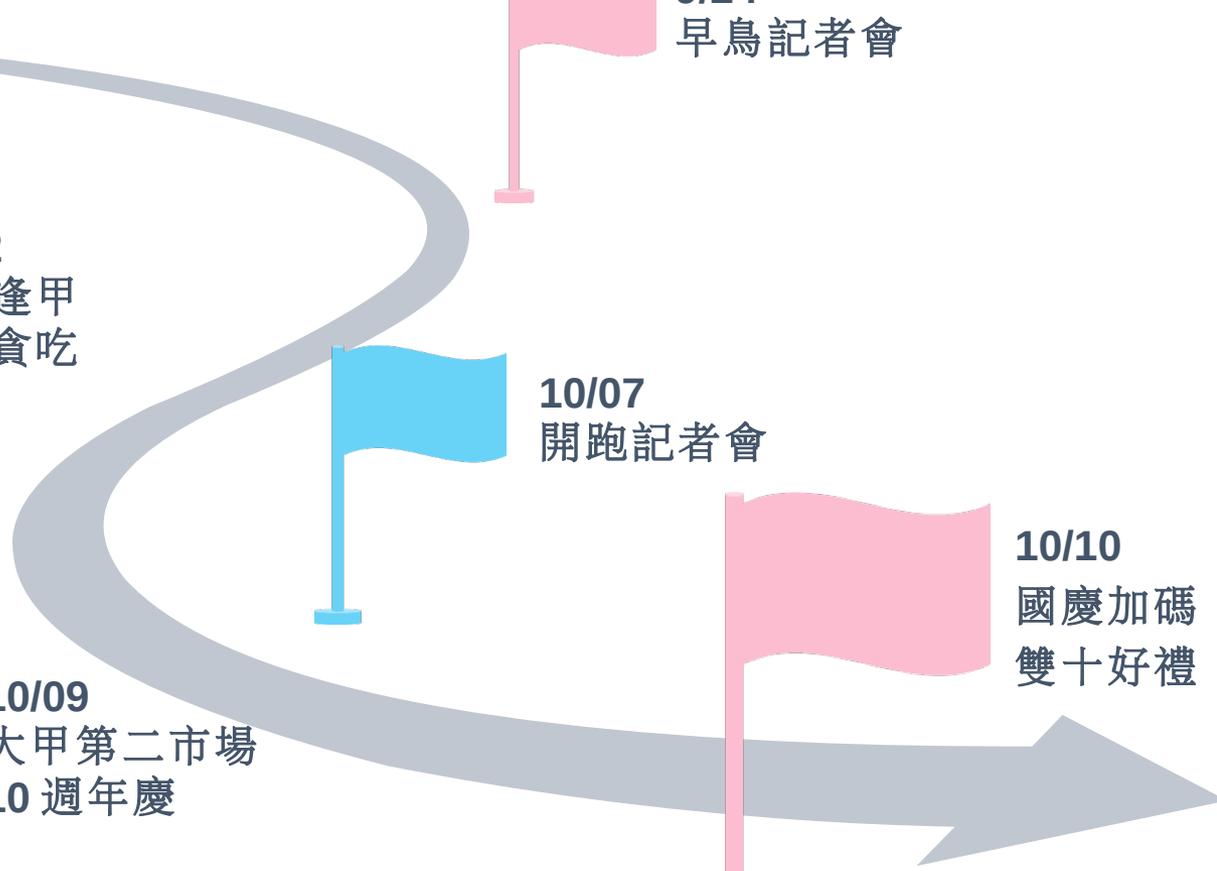
10/07
開跑記者會



10/10
國慶加碼
雙十好禮



10/09
大甲第二市場
10週年慶





活動期程 - 九大主題週活動





活動 APP



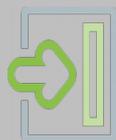
節電 GoGo 購

gogoro 3 台 大獎 01



雲端發票綁定

免掃 02



e 指通介接

便民 1 指通

03



資安 MAS 標章
資安認證升級

04



行動支付推廣

行動支付 05



大數據資料分析

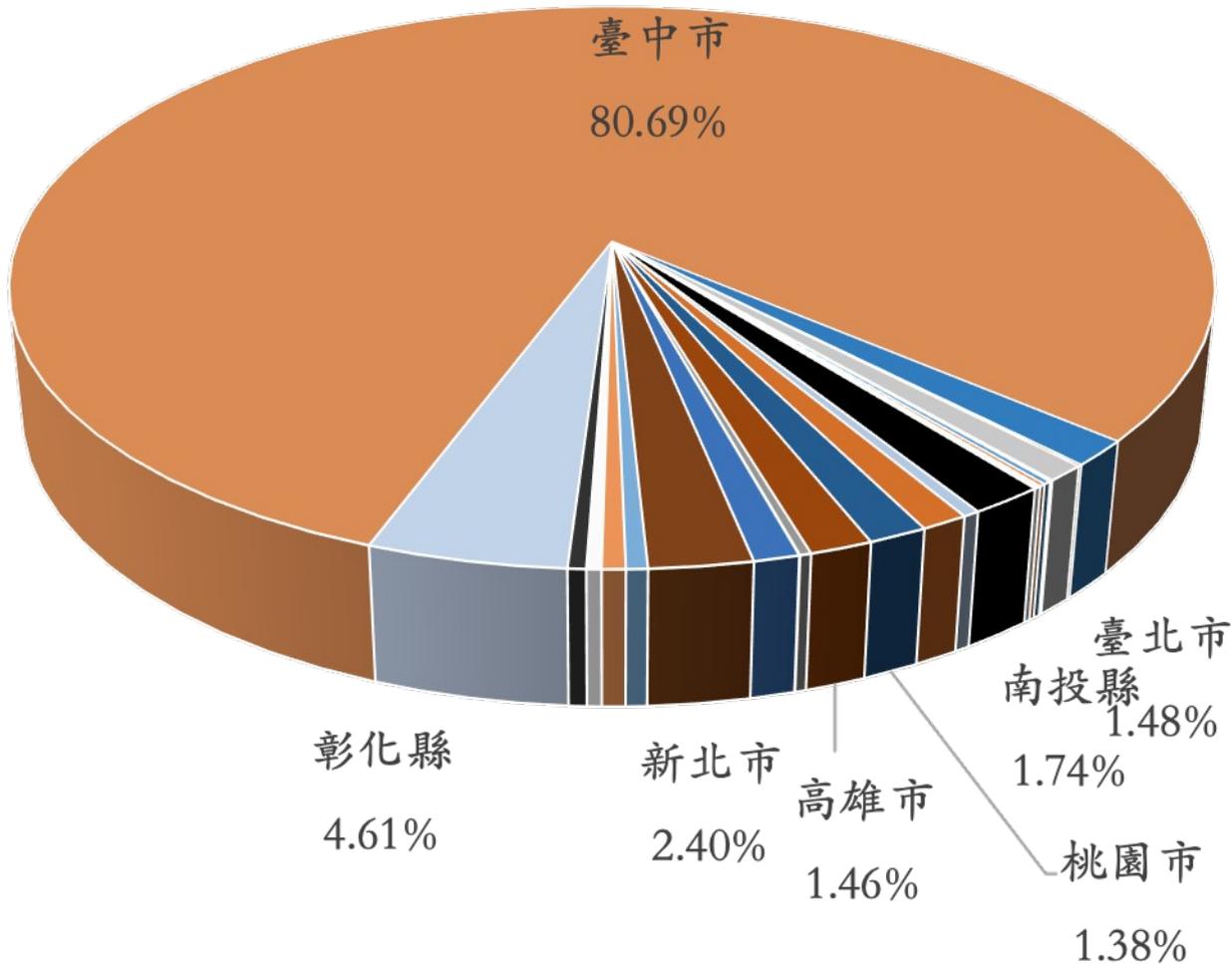
數位政府聰明

升級 06



活動 APP_ 使用者分析

區域分析圖

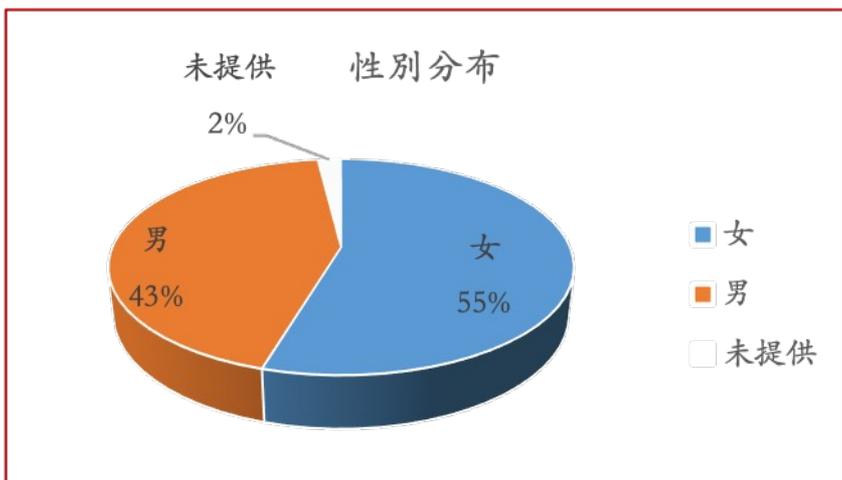
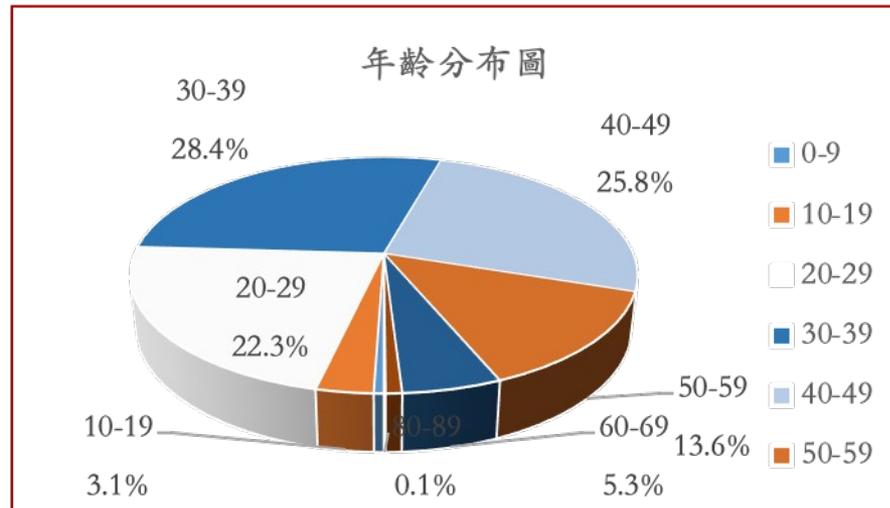
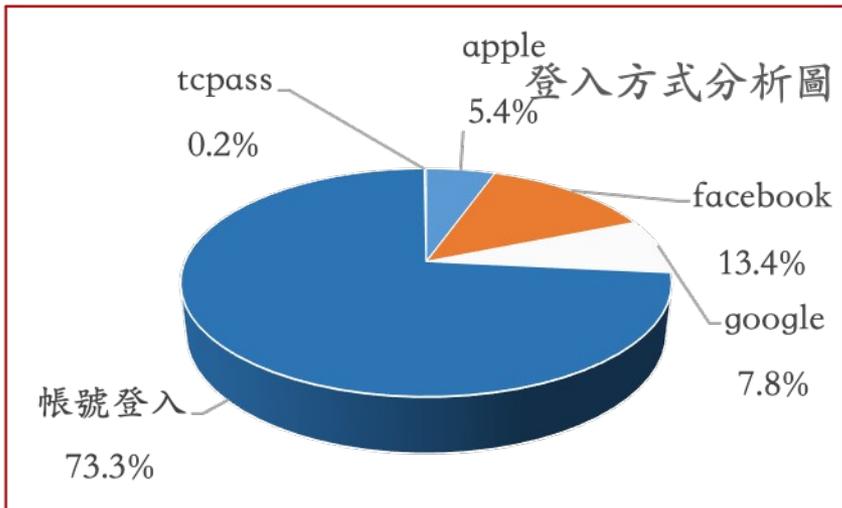


主力群眾輪廓描述:

- ✓以台中市民為主，周邊城市次之，然後是五都民衆。
- ✓30-50 歲民衆為主要參與對象顯示出主力群眾屬於有經濟來源者。
- ✓以手機註冊登入為主。
- ✓女性比例較大。

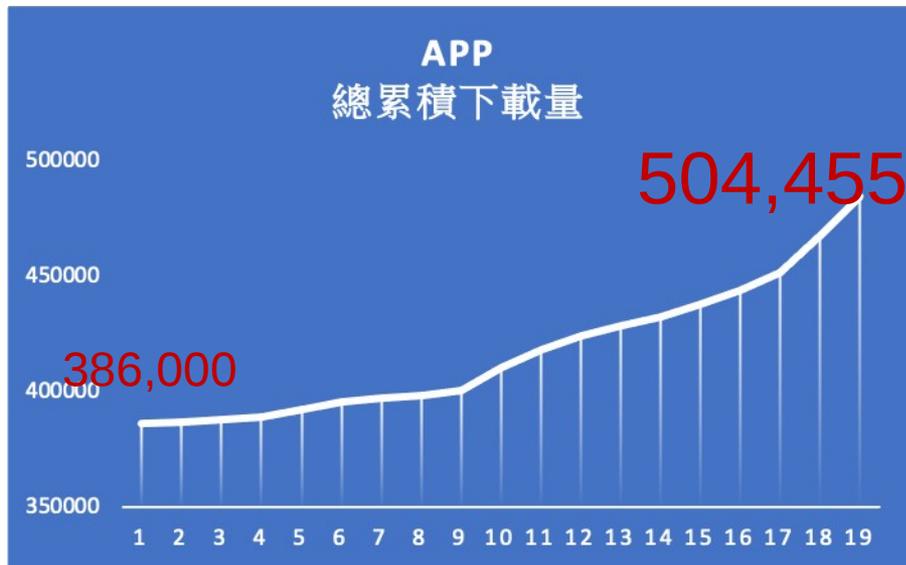


活動 APP_APP 使用者分析





活動 APP _ APP 累積下載數



✓ **19日增加 12 萬人，相當於每日增加 6000 人。**

✓ **購物節起跑 2 日累積人數即突破 50 萬人次。**





3 智慧購物

媒合電商專區 / 電視購物節目

拓展數位通路

- ✓媒合東森購物線上平台設置**臺中特色專區**及依當週活動主題提供消費加碼優惠。
- ✓輔導臺中店家上架電商平台，拓展銷售通路及接觸全國消費者，符合**數位化轉型**趨勢。
- ✓電視購物節目推廣臺中優質農特產及特色商品，打開全國知名度。

推廣本市店家 使用行動支付

升級購物

- ✓因應防疫需求，使用**零接觸**支付。
- ✓符合**數位化轉型**趨勢，邁向未來電子支付趨勢。
- ✓**增加消費客群**，購物節搭配五倍券提高營業額。
- ✓購物節也和行動支付業者 LINE Pay 及悠遊付合作推出活動期間 **10%~15% 優惠回饋**。



4 公私協力 - 跨局處齊心合



全市 -
1,350 處電視牆 & 跑馬



文化局 -
文化場館大型輸出



環保局 -
垃圾車音檔 & 布條



交通局 -
公車車體廣告



都發局 / 建設局 -
工程外牆大型輸出



捷運公司 -
彩繪列車



秘書處 -
廳設懸掛大型輸出



新聞局 -
優化公車專用道燈箱



民政局 (29 區公所) -
協助招募優惠店家



社會局 -
協助媒合社福團體為
優惠店家



勞工局 -
協助媒合視障按摩、
庇護工場為優惠店家



交通局 -
協助媒合計程車業者為
優惠店家



公私協力 - 跨局處齊心合

力	類型	數量
	電視牆 & 跑馬	1,350 座
	臉書 & 官網	超過 29 機關
	人行陸橋宣傳	35 座
	工地圍籬、防護網	14 處
	捷運站外光屏	7 處
	垃圾車布條	350 輛
	公車車體廣告	(臺北市 8 輛、高雄市 8 輛、臺中市 8 輛) 24 輛
	羅馬旗	800 組
	文化中心大圖輸出	5 處
	市政大樓大型帆布輸出	5 處
	彩繪列車	1 輛
	人形立牌布置	200 支
	活動海報張貼	2000 張 (不含其他局處自行印製)
	活動 DM 發送	20000 張 (不含其他局處自行印製)
	計程車身活動 DM 張貼	8000 張



公私協力 - 民間廠商共襄

盛舉

企業合作夥伴



早鳥活動贊助廠商



行銷互惠夥伴



行動支付優惠媒合





獎項規劃 - 現金獎

天天抽

5 仟元 1000
組 (地區限定 100
組)

週週抽

10 萬元 10 組

月月抽

100 萬元 1 組

企業加碼抽

10 月 11 日 特色市集活動上抽出
10 萬元 2 組

雙十國慶加碼抽
活動」

於民政局臉書粉專 - 「雙十國慶升旗典禮
直播頁面留

言指定字句，可抽 5000 元現金 (40 名)
市好民康加碼抽

臺中市民加碼 週週抽 10 萬元 2
組

月月抽 100

購物節粉專專屬
抽

現金獎中獎人，FB 留言 tag3 名好友
加碼週週抽 iphone 1 支
(首週、最後 1 週各再加碼 1 支)



5 獎項規劃 - 實體獎



都發局 - 媒合好宅 1 戶



文化局 - 名畫 3 幅



觀旅局 - 住宿券 50 張



農業局 - 蜂華得獎蜂蜜 50 份



法制局 - 康寧餐盤組 20 組



工策會 - 十大伴手禮精選禮盒 100 份



運動局 - 各國運中心及港區運動公園體驗券 50 張



民政局 - 保溫瓶 200 個、國慶驚喜加碼抽



台中捷運 - 捷運特製紀念組 50 組、2021 紀念悠遊卡 1000 張



抽獎規劃 - 消費登錄抽現金



下載購物節活動 APP

- ✓ 資料登錄時，臺灣本地戶籍人士需提供**真實完整的中文姓名、戶籍地縣市別、手機號碼**，姓名及縣市別必須與身份證件上姓名一致。
- ✓ 在臺外籍人士需提供真實完整的姓名、護照號、電話號碼，姓名必須與護照上的姓名一致。



登錄金額累計滿 500 元即可得到 1 組抽獎序號

- ✓ 臺中市區域範圍內合法店家消費並取得統一發票
- ✓ 參與本活動之免用統一發票店家並取得收據
- ✓ 單次**最高上限可得 600 組**抽獎號碼
- ✓ **活動優惠店家消費金額享三倍累計優惠**
(即於活動店家消費滿 167 元，可獲得一組抽獎序號參加抽獎)



行銷規劃 - 超强代言人卡

司

電音天后
謝金燕

媽媽市長
盧秀燕

柔道男神
楊勇緯





行銷規劃 - 電視廣告



第一波
市長 X 謝金燕



第二波
市長 X 楊勇緯



行銷規劃 - 陸海空 3D 行銷



• 空戰行銷

- 最短時間內吸引民衆目光
- 以大衆媒體塑造品牌形象
- 導入電商模式

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 電視廣告 | <input checked="" type="checkbox"/> 電視節 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 目 | <input checked="" type="checkbox"/> 廣播廣 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 數位廣告 | <input checked="" type="checkbox"/> 告 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 告 | <input checked="" type="checkbox"/> 電視購 |
| 電商平台 | 物 |
| 平面廣告 | 議題行 |
| 銷 | |

• 陸戰行銷

- 系列活動不間斷，提振實體消費
- 抽大獎活動，刺激民衆消費
- 城市意象形塑，營造活動氛圍

- | | |
|--|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> 吸睛大獎 | <input checked="" type="checkbox"/> 豐富獎項 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 特色市集 | <input checked="" type="checkbox"/> 地區活動 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 歡樂購遊程 | <input checked="" type="checkbox"/> 商圈行銷 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 捷運 X 購物節 | |

• 海戰行銷

- 活動社群品牌經營，累積口碑
- 活動訊息即時曝光，快速擴散
- 活潑創意發想渠道，鎖定年輕族群

- | | |
|--|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> 經發 FB | <input checked="" type="checkbox"/> 活動 FB |
| <input checked="" type="checkbox"/> 活動網站 | <input checked="" type="checkbox"/> 活動 APP |
| <input checked="" type="checkbox"/> 活動 + 商圈 YT | |
| <input checked="" type="checkbox"/> 創意影片競賽 | |



行銷規劃 - 媒體露出統計 (9/17-10/7)

類型	數量
電視廣告	107檔3,210秒
廣播廣告	75檔 2,250秒
電視新聞露出(只統計東森新聞)	11則
新聞跑馬(只統計東森新聞)	13則
YT頻道新聞	54則
網路新聞	167則



行銷規劃 - 新聞議題發想

	日期	主題
1	0902(四)	「2021 台中購物節」熱潮來襲 逾千店家趕辦行動支付搶商機
2	0917(五)	爭取中央振興券商機 台中購物節加碼 3 億現金抽
3	0928(二)	台中購物節消費產值效果高於全台平均 各地商家紛加入購物節行列
4	0929(三)	振興在地糕餅產業 「自由女神」助攻宣傳台中購物節
5	0930(四)	「2021 台中購物節」APP 下載數破 40 萬 下載民衆遍佈全台
6	1003(日)	期間限定 逛逢甲夜市送消費抵用券
7	1005(二)	商圈迎接振興券加碼，臺中購物節雙十登場！我們準備好了
8	1006(三)	中市 110 年雙十國慶典禮直播線上看 加碼好禮三重抽
9	1006(三)	中市各大商圈熱情相挺 「2021 台中購物節」雙十登場



行銷規劃 - 外縣市行銷

民政局
請各縣市
民政局函轉
所屬宮廟宣傳

教育局
臺中市
技職教育論壇
加強行銷

運動局
配合全國賽事
特色活動行銷

交通局
外縣市公車
車體廣告

都發局
外縣市 5 都
跑馬燈業者
協助刊登

農業局
臺中農產品
行銷活動
宣傳購物節



觀旅局
臺北、臺中
旅展舞台活動
宣傳購物節



勞工局
好樣市集活動
媒體採訪露出

衛生局
全國性會議
宣傳購物節

環保局
高鐵台中站
刊登廣告



文化局
向外縣市
參訪團隊
宣傳購物節

法制局
中彰投苗法制
論壇宣傳

新聞局
運用全國性媒
體、網路等
進行宣傳

秘書處
聯繫外國駐華
館處、外僑團
體協助宣傳

原民會
請各縣市
原民單位
協助宣傳

客委會
請各縣市相關
客家事務機關
協助宣傳

工策會
線上展銷
電視購物
網紅吃播



7 外界關心事項

01 3.5 億增值計畫內容為何

02 如何吸引外縣市到臺中消費

03 優惠店家普及化

04 抽獎機制，例如臺中市民專屬獎及地區限定專屬抽等

05 是否需要繳稅等問題



7 外界關心事項

加值計畫相關

1. 希望 3.5 億元加值計畫內容更具體詳細說明，另說明富人中獎機會是否較高？
2. 為何 3.5 億加值計畫內有 1,500 萬作為宣傳費用，原購物節標案內未編列宣傳費用嗎？
3. 加碼抽 2,000 萬為何會依活動需求再另案公布？應該將此經費改成作臺中振興券等措施。
4. 為何不發現金而要市民與外縣市爭抽獎機會？如何有振興效益？另數位落差的狀況要如何解決？
5. 建議不抽現金，改為換兩倍額度的臺中零錢券，比用抽獎的模式更實際。

外縣市相關

1. 109 年外縣市消費只占 5%，如何吸引外地民衆至臺中消費？
2. 如何改善振興 5 倍券商機外流之可能且讓現金在臺中循環消費？
3. 中獎人不一定會繼續在臺中市消費，轉而在他縣市花費，有無措施將中獎人留在臺中市再次消費？



7 外界關心事項

優惠店家

1. 基層攤商等小店家方面，五倍券使用若無開立發票，如何參加抽獎？
2. 未照顧到基層攤販，抽獎方式只會幫助到百貨公司等大商家，針對基層經濟幫助不大。

抽獎機制

1. 建議加碼抽 2,000 萬，用作雙周抽、月月抽、雙月抽，產生刺激效果。
2. 建議加碼雙重抽、提高宣導吸引人流、聚焦在產值高的產業加碼。
3. 是否有臺中市民獨享及特別之機制，增加中獎機率？
4. 地區限定專屬抽 100 組，獎項額度占天天抽比率偏低，是否有改善措施提升山海屯地區之商機？
5. 去年購物節創造 90 億的佳績，今年預算增加 10 倍，預計創造之目標為何，能否達成倍增之效益且是否能帶動本市經濟？
6. 購物節的抽獎部分，去年由市長主持，由電腦抽獎，今年是用什麼方式參與？如何抽獎？相關機制為何？有無符合公平公正？

稅務相關

抽現金是否會課稅，中獎要課徵 20% 稅金那要上繳六千多萬稅金是否合宜？



8 預期效益

中華經濟研究院研究報告指出，2020 臺中購物節帶動全國總體經濟產值效果約 175.17 億元，創造的經濟效益有近 51% 發生於臺中在地，且購物節每創造 1 元消費，就可帶動 2.11 元產值，顯示臺中購物節達成「消費支持」與「振興臺中經濟」之效果高於全臺灣之平均水準。

2020 臺中購物節經濟效益分析

全國總體經濟產值效果		GDP 創造效果	就業支持及創造
直接訂單效果	上下游產業間接及誘發產值效果		
83.20 億元	平均：91.98 億元	平均：86.22 億元	平均：6,474 人次/年
臺中經濟產值效果		GDP 創造效果	就業支持及創造
直接訂單效果	上下游產業間接及誘發產值效果		
55.63 億元	平均：34.51 億元	平均：33.52 億元	平均：4,702 人次/年



8 預期效益

不好意思 臺中只有...

現

全國手筆最大 預算額度最高

把中央的錢

賺到臺中



8 預期效益

2021 臺中購物節 + 中央振興券加
值計畫 **3.5 億**

預期
消費金額
175 億

高標
246 億

簡報結束
感謝聆聽

