

## 中央造幣廠 111 年度營業決算評估報告

依據中央造幣廠組織規程第 2 條第 1 項規定：「中央造幣廠（以下簡稱本廠）直隸中央銀行，經營流通硬幣及紀念幣之鑄造、銷燬、回籠硬幣處理及承接印信、勳獎章鑄製等業務。」；同條第 2 項規定：「本廠得依業務及市場需求，兼營紀念章、牌及其他各種金屬鑄品業務，但不得妨礙前項業務。」謹就該廠 111 年度決算評估說明如下：

### 一、近年因 COVID-19 疫情及行動支付普及與減少零錢使用致消費習慣改變，流通幣需求逐漸下滑，宜積極規劃開發次要產品，以因應硬幣需求變化對營運之衝擊

中央造幣廠 111 年度銷售主要產品 4 億 6 千萬枚，包括 50 元幣 9,000 萬枚、10 元幣 1 億 6,000 萬枚、5 元幣 6,000 萬枚、1 元幣 1 億 5,000 萬枚，主要產品收入決算數為 14 億 8,760 萬元(詳表 1)，占營業收入(主要產品及次要產品銷售值加總)18 億 6,720 萬 6 千元之 79.67%；該廠 111 年度另有次要產品包括銷售生肖紀念套幣 10 萬 2 千套、銷售其他金屬章牌 2 億 8,010 萬 6 千元；辦理鎔毀作廢幣 1 億 2,477 萬 9 千枚及分類回籠幣 1 千萬枚；加工收入 3,203 萬 8 千元，次要產品收入決算數為 3 億 7,960 萬 6 千元(詳表 2)，占營業收入之比例為 20.33%。

#### (一)104 年度以來主要產品銷售量概呈下滑，111 年度銷售值較 110 年度增幅 1.76%，惟較 104 年度下滑 21.49%

由於 COVID-19 疫情催化造成消費習慣改變以及政府加速推動行動支付普及之政策引導下，中央造幣廠主要產品銷售量自 104 年度 7 億 2,000 萬枚，下跌至 111 年度之 4 億 6,000 萬枚(減幅 36.11%)；同期間主要產品銷售值並自 104 年度之 18 億 9,470 萬元，下降至 111 年度之 14 億 8,760 萬元(詳表 1)，減幅 21.49%，對於中央造幣廠之營運已有影響。

(二)111 年度次要產品銷售值較 110 年度下滑 3.85%，相關次要產品之開發尚有待提升

依中央造幣廠 111 年度決算書，其經營政策包括持續開發多元化產品，拓展副業，以廣裕營收。查該廠次要產品中生肖紀念套幣及新臺幣硬幣組合之銷售量亦呈現下跌趨勢(詳表 2)，尤以新臺幣硬幣組合 110 年度銷售量尚達 2 萬 5 千套，111 年度考量市場需求，已未生產及銷售，全部次要產品之銷售值亦從 110 年度之 3 億 9,481 萬 4 千元下降至 111 年度之 3 億 7,960 萬 6 千元(減幅 3.85%)，宜積極規劃開發次要產品，減緩主要產品銷售量持續下跌對該廠營收之衝擊。

表 1 中央造幣廠 104 至 111 年度主要產品實際銷售量值表

年度	實際銷售量(千枚)					銷售值合計 (新臺幣千元)
	50 元幣	10 元幣	5 元幣	1 元幣	合計	
104	70,000	240,000	120,000	290,000	720,000	1,894,700
105	50,000	250,000	100,000	320,000	720,000	1,589,000
106	60,000	130,000	100,000	200,000	490,000	1,204,600
107	50,000	150,000	70,000	190,000	460,000	1,169,900
108	70,000	250,000	50,000	230,000	600,000	1,553,000
109	70,000	150,000	40,000	240,000	500,000	1,244,100
110	80,000	200,000	60,000	140,000	480,000	1,461,800
111	90,000	160,000	60,000	150,000	460,000	1,487,600

說明：表內數據均為決算數。

資料來源：中央造幣廠各年度預算書及決算書。

表 2 中央造幣廠 104 至 111 年度次要產品實際銷售量值表

年度	實際銷售量值							銷售值合計 (新臺幣千元)
	生肖紀念套幣 (套)	新臺幣硬幣組合 (套)	其他紀念幣 (千枚)	其他金屬章牌 (千元)	鎔毀作廢幣 (千枚)	分類回籠幣 (千枚)	加工收入 (千元)	
104	147,000	63,000	46	132,220	n. a.	n. a.	38,313	244,147
105	147,000	30,000	63	112,095	n. a.	n. a.	46,855	231,811
106	147,000	30,000	n. a.	95,507	n. a.	n. a.	8,643	199,127
107	143,000	30,000	n. a.	98,686	n. a.	n. a.	5,103	199,666
108	139,000	25,000	n. a.	169,868	n. a.	n. a.	5,454	267,108
109	129,000	25,000	63	194,814	n. a.	n. a.	46,758	325,092

年度	實際銷售量值							銷售值 合計 (新臺幣 千元)
	生肖紀念套幣 (套)	新臺幣硬 幣組合 (套)	其他紀 念幣 (千枚)	其他金 屬章牌 (千元)	鎔毀 作廢幣 (千枚)	分類回 籠幣 (千枚)	加工 收入 (千元)	
110	116,000	25,000	n. a.	244,314	n. a.	n. a.	8,212	394,814
111	102,000	n. a.	n. a.	280,106	124,779	10,000	32,038	379,606

說明：1. 表內數據均為決算數。

2. 經洽中央造幣廠表示，該廠係將營業收入區分為主要產品銷售收入及次要產品收入(包括次要產品之銷售收入及勞務收入)。

資料來源：中央造幣廠各年度預算書及決算書。

綜上，因 COVID-19 疫情造成消費習慣改變及行動支付普及減少零錢使用，將對中央造幣廠流通幣鑄幣需求產生衝擊，該廠宜積極規劃提升次要產品之開發及行銷拓展策略，以減緩硬幣需求降低對該廠營運之衝擊。

(分機:1935 陳果廷)