

臺灣菸酒股份有限公司 114 年度營業預算評估報告

臺灣菸酒股份有限公司（以下簡稱臺灣菸酒公司）主要任務係產銷各類菸酒及生技與非菸酒產品，並持續推動觀光酒廠計畫及善盡社會責任。該公司 114 年度預算案編列營業收入 591 億 2,142 萬 6 千元，扣除營業成本 480 億 6,266 萬 8 千元及營業費用 61 億 9,311 萬 8 千元後，營業利益為 48 億 6,564 萬元，加計營業外收入 11 億 9,481 萬 8 千元、扣除營業外費用 2 億 6,730 萬元及所得稅費用 10 億 1,661 萬元後，本期淨利為 47 億 7,654 萬 8 千元，較 113 年度預算案淨利 47 億 9,408 萬 3 千元減少 1,753 萬 5 千元¹（減幅 0.37%）。謹就臺灣菸酒公司 114 年度營業預算案評估如下：

七、台酒購物網之會員回購率偏低，鑒於有效會員數攸關電子商務經營成效，允宜研謀精進行銷策略，以提升營運績效

臺灣菸酒公司 114 年度預算書列示之推動事業多角化經營方針，將強化電子商務布局，持續優化台酒購物網平台，並連結外部網購通路及異業合作，以提供消費者多樣化選擇及便利性。查臺灣菸酒公司維運「台酒購物網」114 年度預算案於「行銷費用-推展費」及「管理費用-電腦軟體服務費」各編列 1,450 萬及 850 萬元，用以販售該公司非菸酒類產品，並因應消費者購物需求及市場趨勢，引進國內外商品，以強化多角化業務，彌補菸酒市場營收衰退之缺口。經查：

（一）台酒購物網有效會員比率持續降低，112 年度已降為 8.69%

近年台酒購物網會員數持續增加，由 108 年度之 7 萬 9,884 人增加至 112 年度之 18 萬 316 人，迄 113 年 7 月底止，會員數再增至 18 萬 8,641 人。然該期間會員曾至該網站消費之有效會員比率介於 19.19%至 8.69%間，呈下降趨勢，112 年度該比率已

¹ 113 年度預算案迄 113 年 9 月 30 日尚未完成法定三讀(以下同)。

降至 8.69%，係近 5 年最低(詳表 1)；而迄 113 年 7 月底止，台酒購物網會員購買次數 1 次、2 次及 3 次以上者分別為 7,019 人、1,440 人及 861 人，合共 9,320 人，有效會員比率僅 4.94%，顯示網站會員之經營有待加強。

表 1 108 至 113 年度台酒購物網會員及購買情形概況表 單位：人；%

年度	會員總數	會員購買次數				有效會員比率
		0 次	1 次	2 次	3 次以上	
108	79,884	64,596	10,782	2,861	1,645	19.14
109	99,581	82,616	11,938	3,148	1,879	17.04
110	132,352	106,955	18,432	4,213	2,752	19.19
111	165,621	143,807	15,158	3,963	2,693	13.17
112	180,316	164,641	11,440	2,456	1,779	8.69
113	188,641	179,321	7,019	1,440	861	4.94

說明：1.113 年度為迄 7 月底實際數。

2.有效會員比率為購買 1 次以上之會員數合計/會員總數。

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

(二)該公司雖已採取相關促銷活動，允宜廣續研謀精進有效會員經營策略，以提升電子商務營運績效

據臺灣菸酒公司提供為強化台酒購物網會員之經營措施略以，提供當月生日禮折價券 150 元及會員日活動，加強發送 EDM 及簡訊提高會員回購率；改版台酒購物網支付介面、依據 CRM 銷售分析資料；優化廣告投放策略，並於產品派樣上揭露折扣代碼，引導至該網站消費等。鑒於網路購物係未來重要且具發展潛力之業務範疇，各傳統實體通路均有朝線上發展之長遠規劃，惟台酒購物網有效會員比率卻由 108 年度之 19.14%大幅降至 113 年 7 月底之 4.94%，回購情形未見明顯提升，顯示前開行銷導購活動仍待精進，允宜擬定周延之會員經營規劃，及長期之電子商務發展計畫，以創造穩定營收及提高客戶忠誠度，俾為電子商務發展奠定穩定基礎。

綜上，為強化多角化業務及增裕營收，臺灣菸酒公司建置台

酒購物網，惟近年台酒購物網有效會員比率逐年下降，允宜研謀精進會員銷售策略，周延會員經營規劃，及長期之電子商務發展計畫，俾提升營運績效。