

臺灣菸酒股份有限公司 114 年度營業預算評估報告目錄

頁次

壹、業務計畫	1
一、為配合辦理 2050 淨零排放政策，允宜彙整揭露整體推動計畫及各期減碳目標與執行進度	1
二、部分啤酒廠及酒廠連續多年營運虧損，且產能利用率下降，允宜檢討改善	5
三、免稅商店銷售已成為外銷收入之主要來源，惟該收入金額變動幅度大，允宜訂定周延之拓展策略，俾擴大客源	8
四、酒銀行銷售數量及金額逐年遞減，且逾期寄存商品亦待妥處，允宜研謀精進，俾提升商品銷售額及增進空間運用效益	11
五、113 年迄已發生 2 件工安事件，包括因設備劣化而發生火災，允宜賡續改善職場環境，以防止工安事故及職業災害發生	13
六、部分土地及建物等營業資產持續閒置，允宜積極規劃活化措施，以提高資產運用效益	15
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	17
貳、營業收支	19
八、114 年度預算案淨利率及營業利益率較 110 至 112 年度下降，且多項主要營運項目產銷數量低於 113 年度，允宜積極提升營運效率，俾公司永續發展	19
九、生技類等產品銷售額逐年減少，允宜妥慎規劃行銷策略，俾提升產品及品牌能見度，以增進多角化經營成效	21
參、生產成本	23
一〇、114 年度主要酒類產品單位成本多高於 113 年度，且近年部分產品單位成本率呈上升趨勢，允宜妥謀善策以有效控管成本	23
肆、固定資產建設改良擴充	26

- 十一、「南投酒廠觀光酒廠風華再現改造計畫」金額增加逾 3 億元，計畫期程亦延後 3 年，允宜妥慎管控執行進度，俾如期如質完成 ----- 26
- 一二、「一般建築及設備-機械及設備」之分年性項目 114 年度預算較 113 年度增編逾 1 成，惟部分啤酒廠之包裝線機械使用效率未及 9 成，允宜研謀有效措施以提升設備運用成效 ----- 28

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：

壹、業務計畫

一、為配合辦理 2050 淨零排放政策，允宜彙整揭露整體推動計畫及各期減碳目標與執行進度

臺灣菸酒公司 114 年度預算案於事業永續發展計畫中編列淨零轉型關鍵戰略行動計畫共 1 億 6,928 萬 7 千元，主要係配合我國 2050 淨零排放路徑及策略推動「太陽光電建置計畫」。經查：

（一）臺灣菸酒公司推動環境永續之減碳短、中、長期目標

臺灣菸酒公司為建構節能低碳環境及綠色企業設有永續發展委員會，依「溫室氣體排放」、「循環經濟、廢棄物」及「原物料管理」3 大議題分別訂有減碳短、中、長期目標（詳表 1），如：溫室氣體排放方面 114 至 116 年度預計排放量較基準年逐年減少 48%至 49%，循環經濟、廢棄物方面規劃內埔菸廠、烏日啤酒廠於 115 年取得綠色工廠標章，原物料管理方面預計紙類原物料採用 80%回收紙漿等。

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）。

表 1 臺灣菸酒公司減碳短、中、長期目標

議題	113 年績效指標	中期目標 (114-116 年)	長期目標 (116 年以後)
溫室氣體 排放	推動南投酒廠 OMAR 威士忌 產品碳足跡。	1. 114 年取得南投酒廠 OMAR 威 士忌產品碳足跡查證聲明。 2. 114 年推動屏東酒廠米酒產 品(紅標米酒)碳足跡, 116 年前取得產品碳足跡查證聲 明。 3. 114 年推動烏日啤酒廠產品 碳足跡, 116 年前取得產品 碳足跡查證聲明。	評估規劃展開各產品碳 足跡之取得。
	112 年溫室氣體排放量(範 疇 1 及 2)較基準年(94 年) 減少 47%。	114-116 年溫室氣體排放量 (範疇 1 及 2)較基準年(94 年)目標逐年減少 48%-49%。	至 119 年溫室氣體排放 量(範疇 1 及 2)較基準年 (94 年)年減少 50%。
	太陽光電建置計畫 IV-113 年建置 3 座太陽光電設 施。總容量 2,118.23 Kwp (竹南啤酒廠 1,224 Kwp、 竹南製瓶課 680 Kwp、烏日 啤酒廠 214.23Kwp)。	太陽光電建置計畫 IV_114 年 建置 4 座太陽光電設施。 註:總容量 2,856 Kwp (竹南 啤酒廠 765 Kwp、竹南製瓶課 1,000 Kwp、南投酒廠 592 Kwp、內埔菸廠 499 Kwp)。	規劃太陽光電建置計畫 V, 流通事業部建置 1,300 Kwp, 菸、酒、啤 酒事業部再建置 499Kwp。
循環經濟 /廢棄物	推動嘉義酒廠 113 年取得 綠色工廠標章。	規劃內埔菸廠、烏日啤酒廠於 115 年取得綠色工廠標章。	評估規劃展開各工廠綠 色工廠標章之取得。
原物料管 理	1. 紙類原物料採用回收紙 漿比例: (1) 菸事業部 80%以上。 (2) 酒事業部 80%以上。 (3) 啤酒事業部 75%以上。 2. 啤酒事業部鋁罐採用回 收鋁成分比例 10%以上。	紙類原物料採用 80%回收紙 漿。	1. 紙類原物料採用 85%回 收紙漿。 2. 接軌國際趨勢, 鼓勵供 應商取得 FSC 認證, 減 少產品碳足跡。

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

(二)「2050 淨零排放」推動路徑執行情形

臺灣菸酒公司所訂「2050 淨零排放路徑」, 主要推動溫室氣體盤查、嘉義酒廠高粱酒系列產品碳足跡輔導驗證、太陽光電等項目, 預計 119 年度溫室氣體排放量較基準(94)年度減少超過 50%; 該公司辦理情形, 茲臚列如次:

1. 溫室氣體盤查之碳排放量增加: 113 年 5 月完成 112 年度溫室氣體盤查第二者查證作業, 112 年度溫室氣體(範疇 1 及 2)較基準年度減少 41.1%, 惟 112 年度碳排放量相較於 111 年度增加 1

萬 5,049 tCO₂e²(詳表 2)，據該公司說明主要係製瓶場停機半年於 112 年恢復生產後，燃料油及電力使用增加碳排量，且竹南啤酒廠及烏日啤酒廠冷凍及包裝設備汰換新冷媒等所致。

表 2 109 至 112 年度溫室氣體排放量與基準年比較概況表

單位：tCO₂e；%

項目	109 年度	110 年度	111 年度	112 年度
排放量(範疇 1+2)	185,717	175,177	164,207	179,256
較基準年減少比率	39.0	45.5	46.1	41.1

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

2. 嘉義酒廠高粱酒玉山大曲產品碳足跡，於 112 年 9 月完成第三者外部查證作業，同年 12 月取得外部查證聲明書。
3. 太陽光電建置計畫：建置計畫第 1 期(106 至 108 年度)於所屬酒廠及啤酒廠建置屋頂型太陽光電設施，總設置容量約 6,936Kwp³，總費用約 2.9 億元，年發電推估約 850 萬度，平均年售電金額約 4,680 萬元，回本年限約 7 年(詳表 3)。第 2 期(109 至 110 年度)11 個場址建置約 10,006Kwp 太陽光電設施，所需費用約 1.8 億元，年發電推估約 1,020 萬度，平均年售電收入約 3,026 萬元，回本年限約 7 年⁴，其中 10 個場址均已於期限前全數完工。第 3 期(111 至 112 年度)規劃 8 座案場總設置容量約 3,031Kwp，總費用約 1.5 億元，年發電約 363 萬度，平均年售電金額約 1,453 萬元，回本年限約 10 年⁵。第 4 期(113 至 114 年度)規劃 8 個場址總設置容量約 5,104Kwp，總費用約 2.6 億元，年發電約 585 萬度，平均年售電金額約

² 每噸二氧化碳當量 (tCO₂e)。

³ 峰瓦(Kwp)。

⁴ 花蓮酒廠西北空地規劃採租賃方式(無設置成本，4,899Kwp)辦理，因花蓮縣政府不同意而停建，案經財政部解除列管，故未計入花蓮酒廠招租部分。

⁵ 台中酒廠為地面型，竹南啤酒廠及隆田酒廠包含屋頂整建。

2,338 萬元，回本年限約 11 年⁶。

表 3 臺灣菸酒公司太陽光電建置計畫執行概況表

單位：Kwp；新臺幣千元

期別	年度	單位	設置容量	設置費用	單位成本	平均年售電收入	
1	103	善化啤酒廠(1)	498.96	27,063	54.24	4,080	
	104	降田酒廠(1)	499.52	23,714	47.47	3,694	
	106	南投酒廠(1)	499.80	21,580	43.18	2,717	
		嘉義酒廠(1)	499.73	20,929	41.88	3,517	
		屏東酒廠(1)	499.73	21,444	42.91	2,667	
	107	竹南啤酒廠(1)	222.3	16,496	74.21	1,520	
		烏日啤酒廠(1)	499.5	21,778	43.60	3,487	
		台中酒廠(1)	496.8	18,880	38.00	3,286	
	108	善化啤酒廠(2)	499.895	20,956	41.92	3,308	
		竹南啤酒廠(2)	218.86	12,208	55.78	1,658	
		桃園酒廠(1)	803.52	28,775	35.81	5,042	
		台中酒廠(2)	1,037.88	33,200	31.99	6,935	
			嘉義酒廠(2)	660.3	25,421	38.50	4,887
			合計	6,936.795	292,444	-	46,798
2	109	屏東酒廠(2)	499.90	20,286	40.58	2,541	
		內埔菸廠(1)	499.91	21,259	42.53	2,326	
		嘉義酒廠(3)	739.84	25,200	31.06	4,857	
	110	竹南啤酒廠(3)	370.92	12,392	33.41	2,050	
		善化啤酒廠(3)	200.20	7,238	36.15	1,129	
		台中酒廠(3)	420.75	13,500	32.09	2,239	
		隆田酒廠(2)	454.30	23,980	52.78	2,563	
		桃園營業處(竹南發貨中心)	1,100.22	29,776	27.06	5,659	
		花蓮酒廠	4,899.00	-	-	2,746	
		高雄營業處(屏東發貨中心)	499.80	17,090	34.19	2,559	
		埔里酒廠	321.60	12,490	38.84	1,594	
	合計	10,006.44	183,211	-	30,263		
3	111	竹南啤酒廠(4)	652.72	33,885	51.91	2,984	
		竹南製瓶課(1)	204.38	9,764	47.77	935	
	112	台中酒廠(4)	300.00	11,546	38.49	1,462	
		烏日啤酒廠(2)	370.00	19,900	53.78	1,804	
		善化啤酒廠(4)	409.59	18,160	44.34	2,114	
		隆田酒廠(3)	511.86	35,886	70.11	2,645	
		屏東酒廠(3)	499.00	17,090	34.25	2,272	
	生技研發中心	83.16	4,211	50.63	317		
	合計	3,030.71	150,442	-	14,533		

⁶ 竹南啤酒廠及製瓶課、內埔菸廠包含屋頂整建。

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

綜上，臺灣菸酒公司 114 年度預算案編列 1 億 6,928 萬 7 千元，悉數係推動「太陽光電建置計畫」經費，鑒於該公司就環境永續訂有減碳短、中、長期目標及「2050 淨零排放路徑」，允宜定期彙整揭露整體推動計畫及生產、製造、銷售過程之各期減碳目標與執行進度，以逐步達成淨零減碳目標。

二、部分啤酒廠及酒廠連續多年營運虧損，且產能利用率下降，允宜檢討改善

臺灣菸酒公司 114 年度預算案編列自製酒類(不含進口酒)銷售數量 421 萬 8,864 公石，銷貨收入 304 億 1,677 萬 1 千元，銷售成本 124 億 2,051 萬 5 千元。經查：

(一)各啤酒廠 112 年度產能利用率均下降，且臺北啤酒工場持續虧損，允宜研謀有效改善措施

1. 啤酒為自製酒之主要產品：臺灣菸酒公司不含進口酒之酒類產品分為自製啤酒類、自製酒類及酒精 3 類，其中自製啤酒類為主要產品，114 年度預算案銷售數量 334 萬 4,022 公石，占 3 類酒總銷售數量 421 萬 8,864 公石之 79.26%，銷售收入 217 億 7,894 萬 4 千元，占 3 類酒總銷售收入 304 億 1,677 萬 1 千元之 71.6%(詳表 1)。

表 1 臺灣菸酒公司酒類(不含進口酒)114 年度銷售收入及成本編列概況表

單位：公石；新臺幣千元

名稱	銷售數量	銷售收入	銷售成本
自製啤酒類	3,344,022	21,778,944	7,705,483
自製酒類	815,157	8,217,827	4,485,805
酒精	59,685	420,000	229,227
合計	4,218,864	30,416,771	12,420,515

資料來源：臺灣菸酒公司 114 年度預算案。

2.108 至 112 年度啤酒廠產能利用率概呈下滑趨勢，且臺北啤酒工場持續虧損：臺灣菸酒公司啤酒事業部下轄臺北啤酒工

場、烏日啤酒廠、善化啤酒廠及竹南啤酒廠共 4 個啤酒廠，觀察 108 至 112 年度各啤酒廠實際營運情形(詳表 2)，臺北啤酒工場產能利用率雖係各啤酒廠中最高，惟僅該工場持續呈現稅前淨損，且 112 年度產能利用率 84.06%亦較 111 年度 96.14%大幅下降；據該公司說明係廠房用地面積小，產品分攤生產本高於銷貨收入，致產生虧損。另烏日、善化及竹南啤酒廠 108 至 112 年度雖均為稅前淨利，惟產能利用率概呈下滑趨勢，烏日啤酒廠產能利用率由 81.83%降至 72.13%、善化啤酒廠產能利用率由 65.03%降至 51.73%、竹南啤酒廠由 69.84%降至 52.45%，主要係啤酒市場銷售量下降，致投料及生產量均減少致產能利用率降低。

表 2 108 至 112 年度臺灣菸酒公司各啤酒廠實際營運情形統計表

單位：新臺幣千元；%

廠別	年度 項目	108	109	110	111	112
		臺北啤酒工場	稅前淨利(損)	-98,919	-96,996	-97,699
	產能利用率	70.92	97.98	93.04	96.14	84.06
烏日啤酒廠	稅前淨利(損)	833,209	925,524	695,335	547,375	593,167
	產能利用率	81.83	82.08	75.25	73.96	72.13
善化啤酒廠	稅前淨利(損)	1,159,047	1,303,620	892,593	826,155	761,997
	產能利用率	65.03	66.65	55.07	56.28	51.73
竹南啤酒廠	稅前淨利(損)	1,950,635	1,903,905	1,381,670	1,242,376	1,308,771
	產能利用率	69.84	66.84	56.50	54.47	52.45

說明：產能利用率係指實際總產出占總產能之比率。

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

(二)部分酒廠虧損擴大或產能利用率下降，允宜強化設備維護作業，以減少虧損或提高淨利

自製酒類 114 年度預計銷售量 81 萬 5,157 公石，占酒類(不含進口酒)銷量之 19.32%；觀察酒事業部所屬 9 個酒廠 108 至 112 年度實際營運情形(詳表 3)，112 年度決算稅前淨損者為桃園、屏東、花蓮及埔里酒廠，除埔里酒廠較 111 年度虧損減少

外，桃園及屏東酒廠較 111 年度虧損擴大⁷，花蓮酒廠則轉盈為虧。另宜蘭酒廠 112 年度稅前淨利雖為 364 萬 7 千元，惟較 111 年度衰退幅度達 86.6%，且為 108 年度以來最低。

在產能利用率方面，112 年度嘉義酒廠雖轉虧為盈，惟產能利用率由 111 年度之 57.77%降為 112 年度之 34.94%，係 9 個酒廠中最低，另臺中、屏東、宜蘭及隆田酒廠 112 年度產能利用率亦較 111 年度下降⁸。詢洽該公司說明，主要係部分酒廠主力產品銷量下跌，或因設備老舊而需暫停生產以維修，致產能利用率降低。允宜強化設備維護作業，以減少虧損或提高淨利。

表 3 108 至 112 年度臺灣菸酒公司各酒廠營運情形統計表

單位：新臺幣千元；%

廠別	年度	108	109	110	111	112
	項目					
桃園酒廠	稅前淨利(損)	-77,185	-76,176	-75,178	-50,294	-71,116
	產能利用率	56.29	63.84	60.02	59.03	59.17
臺中酒廠	稅前淨利(損)	157,046	262,119	212,364	204,739	188,975
	產能利用率	74.38	89.72	87.03	76.47	74.37
嘉義酒廠	稅前淨利(損)	16,458	-124,513	-79,365	-227,242	19,449
	產能利用率	47.19	69.16	75.93	57.77	34.94
屏東酒廠	稅前淨利(損)	-33,250	33,880	32,880	-11,996	-37,195
	產能利用率	54.90	64.98	76.54	70.82	60.56
花蓮酒廠	稅前淨利(損)	54,055	32,729	37,567	5,929	-8,818
	產能利用率	102.76	101.61	90.52	76.16	77.72
宜蘭酒廠	稅前淨利(損)	36,649	60,752	23,029	27,216	3,647
	產能利用率	89.43	82.76	90.50	83.33	75.30
埔里酒廠	稅前淨利(損)	-38,128	-35,525	-51,529	-44,529	-16,567
	產能利用率	47.65	52.23	45.04	50.80	56.87
南投酒廠	稅前淨利(損)	79,469	126,410	140,640	50,296	144,075
	產能利用率	47.73	44.28	48.17	35.84	43.72
隆田酒廠	稅前淨利(損)	151,463	101,196	122,590	153,226	153,226
	產能利用率	68.02	108.17	95.90	72.37	61.50

⁷ 112 年度稅前淨損較 111 年度增幅，桃園酒廠為 41.4%，屏東酒廠為 210.06%。

⁸ 臺中酒廠 112 年度產能利用率 74.37%低於 111 年度 76.47%；屏東酒廠 109 至 112 年度產能利用率由 64.98%降至 60.56%；宜蘭酒廠產能利用率自 108 至 112 年度由 89.43%降至 75.3%；隆田酒廠產能利用率自 108 至 112 年度由 68.02%降至 61.5%。

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

綜上，臺灣菸酒公司 114 年度預算案編列自製酒類(不含進口酒)銷售數量 421 萬 8,864 公石，銷貨收入 304 億 1,677 萬 1 千元，銷售成本 124 億 2,051 萬 5 千元，惟 108 至 112 年度部分啤酒廠及酒廠產能利用率下降，且臺北啤酒工場持續虧損，部分酒廠虧損亦擴大，允宜研謀有效改善措施，並強化設備維護作業，以減少虧損或提高淨利，俾增進營運績效。

三、免稅商店銷售已成為外銷收入之主要來源，惟該收入金額變動幅度大，允宜訂定周延之拓展策略，俾擴大客源

臺灣菸酒公司 114 年度預算書所列願景為「追求永續創新，躍升國際企業」，且「積極布建外銷通路，擴大海外市場版圖」亦係所列業務範圍之一，顯示外銷業務係公司重要之業務範疇；該公司 114 年度預算案編列營業收入 591 億 2,142 萬 6 千元，其中外銷收入 30 億 4,466 萬元(包括免稅店銷售收入 20 億 6,121 萬 9 千元、出口國外收入 9 億 8,344 萬 1 千元)，占營業收入 5.15%。茲說明如下：

(一)109 年度以來，外銷收入增減變動幅度大，除 COVID-19 疫情期間外，外銷收入主要來自免稅店銷售，112 年度占比更逾七成以上

臺灣菸酒公司 109 至 112 年度決算外銷收入介於 5 億 1,590 萬 9 千元至 14 億 4,093 萬 8 千元間(詳表 1)，同期間免稅店銷售收入金額則介於 1 億 727 萬元至 10 億 7,455 萬 7 千元間，金額增減變動幅度大；而免稅店銷售收入占外銷收入比率，110 及 111 年度受 COVID-19 疫情影響降至 20.79%及 38.18%，惟 112 年度該比率大幅增為 74.57%，成為該公司外銷收入最主要之來源；至出口國外部份，該期間金額係於 3 億 5,486 萬 4 千元至 4

億 863 萬 9 千元間，狀況相對穩定。以上顯示該公司外銷收入高度仰賴機場免稅店營收，惟免稅店營收變化幅度大，連帶影響該公司外銷收入之穩定性，恐影響該公司國際化之推動。

表 1 109 至 114 年度臺灣菸酒公司外銷收入概況表 單位:新臺幣千元；%

項目	109 年度	110 年度	111 年度	112 年度	113 年度	114 年度
外銷收入	763,237	515,909	574,003	1,440,938	3,044,660	3,044,660
免稅店銷售	397,904	107,270	219,139	1,074,557	2,061,219	2,061,219
出口國外	365,333	408,639	354,864	366,381	983,441	983,441
免稅店收入占外銷收入比重	52.13	20.79	38.18	74.57	67.70	67.70

說明：109 至 112 年度為決算數；113 及 114 年度為預算案數。

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

(二)112 年度產品外銷市場前三大依序為美國、中國大陸及伊拉克，且對東協國家之出口亦有所成長

據臺灣菸酒公司提供外銷市場之國家別觀之，112 年度主要外銷對象依序為美國、中國大陸及伊拉克，外銷金額分別為 6,400 萬 7 千元、5,906 萬 1 千元及 4,191 萬 4 千元(詳表 2)；另由於我國近年與東協國家經貿關係日益密切，該公司對東協國家之出口金額亦呈穩定成長，出口金額由 109 年度之 3,841 萬 8 千元，成長至 112 年度之 5,573 萬 1 千元，其中 112 年度最大出口國泰國較 111 年度之增幅逾 60 倍，且 113 年迄 10 月止出口金額為 6,718 萬 5 千元，已超越 112 年全年出口金額(詳表 3)。

表 2 109 至 112 年度臺灣菸酒公司產品外銷主要國別概況表

單位:新臺幣千元

銷售值項目	109 年度		110 年度		111 年度		112 年度	
	國別	金額	國別	金額	國別	金額	國別	金額
(1)最大出口國	中國大陸	191,544	中國大陸	183,193	中國大陸	95,600	美國	64,007
(2)第二大	美國	48,735	美國	70,368	美國	52,520	中國	59,061

銷售值 項目	109 年度		110 年度		111 年度		112 年度	
	國別	金額	國別	金額	國別	金額	國別	金額
出口國							大陸	
(3)第三大 出口國	法國	27,181	法國	35,797	日本	36,303	伊拉克	41,914
(4)第四大 出口國	英國	18,595	新加坡	23,619	法國	34,457	日本	32,315
(5)第五大 出口國	新加坡	18,486	日本	19,247	伊拉克	28,673	法國	27,588
其他亞洲 地區*		42,561		39,311		60,504		90,350

說明：尚有其他地區之統計金額，惟其他地區出口金額不大，故不列入。

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

表 3 109 至 113 年度臺灣菸酒公司對東協國家出口概況表

單位：新臺幣千元

國家\年度	109	110	111	112	113 (至 10 月底)
泰國	187	-	319	19,544	24,180
其他(緬甸、汶萊、柬埔寨等)	11,187	3,903	9,667	16,366	9,440
新加坡	18,622	24,084	20,740	15,759	24,061
馬來西亞	3,067	2,960	4,127	3,034	6,644
越南	5,355	10,394	7,488	-	1,920
菲律賓	-	2,624	1,984	1,028	940
合計	38,418	43,965	44,325	55,731	67,185

說明：東協國家包含新加坡、馬來西亞、泰國、菲律賓、印尼、汶萊、越南、寮國、緬甸、柬埔寨共 10 個國家。

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

(三)為穩定外銷收入，允宜研擬周延之拓展策略，俾增裕公司收入

臺灣菸酒公司 114 年度預算案所編外銷收入 30 億 4,466 萬元，與 109 年至 112 年度外銷收入實際數落差甚大，鑒於該公司外銷收入主要來自機場免稅店，惟免稅店經營易受機場環境影響，致營收產生大幅變化，允宜研擬周延之拓展策略，如：慎選海外具實力之經銷合作以擴大海外通路，參加國際產品競賽以帶動品牌口碑及知名度，及運用相關宣傳資源及社群行銷以

提高國際能見度等。另近年東協國家經濟發展迅速，其食品產業市場呈現高度成長，備受國際關注，允宜掌握當地飲食文化、消費者需求及法令規定等資訊，俾規劃有效之行銷策略，以爭取東協國家市場商機。

綜上，臺灣菸酒公司既訂有「追求永續創新，躍升國際企業」之願景，且「積極布建外銷通路，擴大海外市場版圖」亦係重要業務範圍，惟該公司近年外銷金額變動幅度大，且主要仰賴免稅商店銷售收入，恐與所訂願景目標有所落差；為穩定擴大外銷收入，允宜研擬周延之拓展策略，俾達成擴大海外市場版圖及躍升國際企業之目標。

四、酒銀行銷售數量及金額逐年遞減，且逾期寄存商品亦待妥處，允宜研謀精進，俾提升商品銷售額及增進空間運用效益

臺灣菸酒公司 114 年度預算案編列酒類產品內銷銷售收入 298 億 5,677 萬 1 千元，而該公司為提供消費者優質珍藏好酒及投資理財管道，自 92 年度起陸續於部分酒廠設置酒銀行，以利消費者於各營業處(所)、酒廠展售中心訂購可存放於酒銀行之產品，並提供免費窖藏 1 年之服務，期滿後收取管理費，以吸引愛酒人士消費。經查：

(一)酒銀行銷售數量及金額逐年減少，112 年度銷售金額僅達 109 年度 52%，而酒銀行面積雖大幅減少，惟空間運用仍有待提升

據臺灣菸酒公司提供近年度酒銀行銷售數量與金額情形，其由 109 年度 1,554 甕、1,937 萬 5 千元降至 112 年度 913 甕、1,013 萬 8 千元，113 年迄 10 月底再降至 488 甕、614 萬 6 千元(詳表 1)，銷售數量與金額皆呈逐年減少趨勢。鑒於酒銀行業務管理不易，業務持續萎縮，該公司爰於 111 年 9 月第 3 次修正

「酒銀行商品訂購作業要點」，將寄存分行縮減至嘉義、宜蘭、埔里等 3 酒廠，其餘酒廠僅維持販售功能，酒銀行面積亦自 112 年 7 月之 1,417 平方公尺，縮減至 113 年 7 月之 827 平方公尺；而 113 年 7 月於嘉義、宜蘭、埔里等 3 酒廠所存甕酒數各為 291 甕、96 甕及 6 甕，空間運用比率則各為 73%、48%及 3%，空間運用狀況有待改善，且桃園及隆田等 2 酒廠尚有保管客戶寄存之 55 甕未取回(詳表 2)，允宜研謀提升空間運用效益並強化寄存商品之管理。

表 1 109 至 114 年度臺灣菸酒公司酒銀行商品銷售概況

單位：甕；新臺幣千元

項目	109 年度	110 年度	111 年度	112 年度	113 年度
銷售數量	1,554	1,442	931	913	488
銷售金額	19,375	15,842	11,293	10,138	6,146

說明：109 至 112 年度為決算數，113 年度係迄 10 月底執行數。

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

表 2 臺灣菸酒公司酒銀行設置與營運概況表 單位：平方公尺；甕；%

酒廠別	112 年 7 月				113 年 7 月			
	酒銀行面積	可容納酒甕數	現存酒甕數	空間運用比率	酒銀行面積	可容納酒甕數	現存酒甕數	空間運用比率
合計	1,417	1,740	605	35	827	800	448	56
桃園	-	-	22	-	-	-	15	-
臺中	-	-	-	-	-	-	-	-
嘉義	825	1,200	358	30	280	400	291	73
花蓮	-	-	3	-	-	-	-	-
宜蘭	382	300	157	52	382	200	96	48
埔里	210	240	16	7	165	200	6	3
隆田	-	-	49	-	-	-	40	-

說明：1. 113 年 10 月桃園及隆田酒廠之酒銀行業務已停止，惟尚有寄存之酒甕待領回。

2. 空間運用比率=現存酒甕數/可容納酒甕數 X100%。

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

(二)酒銀行商品逾寄存期限之處理程序待精進，允宜妥慎研謀規劃

依據「臺灣菸酒公司酒銀行商品訂購作業要點」規定略以，消費者可於各酒廠展售中心訂購 27 公升以上之甕酒並寄存於酒

銀行，每甕可免費於購買分行寄存 1 年，於期滿後付費續存 3 年，續存期間每年每甕收取保管費。迄 112 年底，該公司酒銀行計有 24 件商品逾寄放期限，其中 18 件為烈酒，6 件為釀造酒（詳表 3），據該公司表示，當逾期違約金累計金額等同於寄存商品之購買時價款，該公司將以寄存商品抵銷寄存費用，寄存商品之所有權將自動移轉予該公司。鑒於各酒廠辦理酒銀行商品之帳務處理與逾寄存期限處理作業未臻明確，且倘品質發生變異，恐難以釐清保管責任，易衍生消費糾紛並徒增保管作業負擔，允宜賡續精進相關管理作業。

綜上，臺灣菸酒公司 109 年度以來酒銀行業務銷售數量與金額皆逐年減少，且酒銀行商品帳務與逾寄存期限處理等作業未臻明確，後續恐衍生消費糾紛及增加保管責任，允宜研謀精進相關管理作業，以提升銷售額及增進空間運用效益。

表 3 112 年底止酒銀行保管商品逾寄存期限概況表 單位：甕

酒廠別	酒銀行保管商品數量			逾寄存期限數量		
	合計	烈酒	釀造酒	合計	烈酒	釀造酒
合計	633	612	21	24	18	6
桃園	22	19	3	15	15	0
臺中	0	0	0	0	0	0
嘉義	479	479	0	3	3	0
屏東	0	0	0	0	0	0
花蓮	3	0	3	0	0	0
宜蘭	109	106	3	0	0	0
埔里	16	4	12	6	0	6
南投	0	0	0	0	0	0
隆田	4	4	0	0	0	0

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

五、113 年迄已發生 2 件工安事件，包括因設備劣化而發生火災，允宜賡續改善職場環境，以防止工安事故及職業災害發生

臺灣菸酒公司依職業安全衛生法施行細則第 31 條規定，訂有「職業安全衛生管理計畫」，以提升全體員工安全衛生意識及精進

職安管理；114 年度預算案該公司於「管理費用-推展費」及「員工訓練」各編列 1,627 萬元及 2,160 萬 2 千元，用以辦理企業識別體系、勞工安全宣導活動及員工工作預防災害所必要之職業安全衛生教育訓練。經查：

(一)職業安全衛生管理計畫與職業安全衛生委員會持續運作

臺灣菸酒公司業依相關規定訂定「職業安全衛生管理計畫」，旨在提升全體員工之安全衛生意識、消除潛在危害、促進員工安全與健康及精進職安管理績效；計畫內容包括：勞動法令及相關規範之遵循，以確保員工勞動權益及作業場所衛生安全；舉辦環境與衛生安全活動，以宣導職業災害預防觀念及重要性；提升專責人員應對緊急狀況能力，以確保及時回應處理緊急狀況等。該公司已通過 ISO45001 職業健康安全管理系統標準及 CNS45001 雙重驗證，以提升風險管控能力。

另該公司業已設置「職業安全衛生委員會」，每季召會一次，負責規劃辦理安全衛生業務，並制定安全衛生工作事項；112 年度對所轄機構進行 26 次定期及 28 次不定期之職業安全衛生查核，並列管查核缺失及追蹤改善成效。

(二)113 年度發生工安事件 2 件，其中發生高壓配電箱因內部設備劣化而引發火災，允宜加強檢測維護與保養

臺灣菸酒公司 108 至 111 年度之工傷率介於 0.086%至 0.072%間，112 年度發生工傷 1 件，因該事件係發生於承攬商員工，未列入工傷率；至誤工率部分，112 年度為 13.311%，雖較 108 至 110 年度降低，惟較 111 年度 10.172%升高(詳表 1)，允宜賡續追蹤控制。

該公司 113 年度發生工安事件 2 件，其中善化啤酒廠之廢水場發生高壓配電箱內部電氣設備絕緣劣化而跳電發生火災，

致高壓配電箱受損，該公司雖立即搶修恢復運轉，惟已造成工安及營運風險；另台中酒廠發生員工因未注意道路狀況不慎踢到石塊，右腳膝蓋前傾碰撞石階受傷無法自行走路。以上顯示部分作業單位職業安全管理措施尚有改善空間，允宜加強設備檢測維護，並賡續改善廠區動線安全，以避免發生工安或職災。

表 1 108 至 112 年度臺灣菸酒公司職業傷害概況表 單位：%

項目	108 年度	109 年度	110 年度	111 年度	112 年度
工傷率	0.086	0.072	0.079	0.083	0
誤工率	25.751	22.301	18.65	10.172	13.311

說明：1. 工傷率=工傷事故總計/工作總時數 x200,000 (按照每年 50 個星期，每星期 40 個工時計，每 100 名雇員比率)。
2. 誤工率=誤工天數/工作總時數 x200,000，其中誤工天數為員工因工傷或職業病等造成無法工作之天數 (不含上、下班交通事故)，另工作總時數=248 日*(男性員工總人數+女性員工總人數)* 8 小時。

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

綜上，臺灣菸酒公司 112 年度雖未發生工傷，惟誤工率較 111 年度增加，且 113 年度迄今已發生 2 件工安事件，允宜落實辦理職業安全衛生管理計畫，強化職業安全衛生委員會之功能，並確實檢討各工安事故發生原因，以督促各作業單位落實安全衛生管理措施，及提升全體員工安全知能，俾降低發生職業災害及事故風險。

六、部分土地及建物等營業資產持續閒置，允宜積極規劃活化措施，以提高資產運用效益

臺灣菸酒公司 114 年度預算案資產負債預計表之「不動產、廠房及設備」114 年 12 月 31 日預計數 490 億 8,002 萬 5 千元，較 113 年 12 月 31 日預計數減少 2 億 7,261 萬 5 千元；惟據該公司提供菸酒生產及營業所需之土地及建物資產中，部分生產廠房有閒置狀況。

依「114 年度中央及地方政府預算籌編原則」第五、(九)規定：「特種基金應積極活化閒置、低度利用及不經濟使用之不動產，以發揮資產效益，並注意資金運用之收益性及安全性，加強財務管理及現金調度，以活化累存資金，提高資金運用效能。」據該公司提供資料，截至 113 年 7 月底閒置、低度利用或不經濟之土地面積合計 4,280.82 平方公尺，係善化及竹南啤酒廠之製麥大樓基地，帳面價值合計 2,948 萬元，閒置建物面積合計 1 萬 8,166 平方公尺，係善化啤酒廠之製麥大樓與麥芽散裝倉庫及竹南啤酒廠製麥大樓與製麥烘乾房，帳面價值合計 1 億 1,881 萬 4 千元(詳表 1)。

表 1 113 年 7 月底臺灣菸酒公司營業資產閒置、低度利用或不經濟使用之土地及建物概況表

單位：平方公尺；新臺幣千元

隸屬單位	閒置資產名稱 (原用途)	購置日期	閒置起始日期	面積	帳面價值
善化啤酒廠	製麥大樓基地	64/1/1	102/1/17	2,482.10	17,789
竹南啤酒廠	製麥大樓基地	76/7/29	102/1/18	1,798.72	11,691
土地合計				4,280.82	29,480
善化啤酒廠	製麥大樓	73/10/2	102/1/17	6,782.09	16,739
	麥芽散裝倉庫	79/5/9	102/1/17	4,937.72	7,813
竹南啤酒廠	製麥烘乾房	87/6/9	102/1/18	1,267.86	22,173
	製麥大樓	87/6/9	102/1/18	5,178.33	72,089
建物合計				18,166.00	118,814

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

詢洽該公司說明，該等資產閒置主要係因自動控制、冷凍空調、生物科技及遠洋海運發達，進口麥芽品質在長途運輸後品質穩定，且國外大型製麥工廠自動化生產成本較低，故為降低成本而暫停製麥，改用進口麥芽所致。而該公司目前就上開閒置土地及建物之活化利用略以，善化及竹南啤酒廠製麥大樓配合觀光酒廠營運，做為導覽廠內歷史解說題材，部分空間轉為倉儲或員工休息室，未來若需自製啤酒自製麥芽時仍可回復運作投入生產，以避免供應商之壟斷，維持市場競爭力。

綜上，臺灣菸酒公司迄 113 年 7 月底，閒置土地及建物帳面價值計 1.48 億元，允宜賡續清查各處所不動產使用情形，並依「114 年度中央及地方政府預算籌編原則」等規定積極規劃活化措施，辦理閒置、低度利用及不經濟使用之資產活化作業，以提高資產運用效益。

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，允宜賡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。

貳、營業收支

八、114 年度預算案淨利率及營業利益率較 110 至 112 年度下降，且多項主要營運項目產銷數量低於 113 年度，允宜積極提升營運效率，俾公司永續發展

臺灣菸酒公司 114 年度預算案編列營業總收入 603 億 1,624 萬 4 千元，營業總支出 545 億 2,308 萬 6 千元，收支相抵後本期淨利 47 億 7,654 萬 8 千元，較 113 年度預算案 47 億 9,408 萬 3 千元減少 1,753 萬 5 千元(減幅 0.37%)。經查：

(一)114 年度預算案營業利益率及淨利率均低於 110 至 112 年度決算

1. 營業利益率：臺灣菸酒公司 114 年度預算案營業利益 48 億 6,564 萬元，占營業收入 591 萬 2,142 萬 6 千元之營業利率為 8.23%，雖高於 113 年度預算案 7.8%，惟低於 110 至 112 年度決算之 11.13%、10.24%及 10.73%(詳表 1)。
2. 淨利率：臺灣菸酒公司 114 年度預算案編列淨利 47 億 7,654 萬 8 千元，占營業收入之淨利率 8.08%，略高於 113 年度預算案 7.6%，卻低於 110 至 112 年度決算之 10.86%、10.38%及 10.57%。

表 1 110 至 114 年度收支損益及營業利益率、淨利率概況表

單位：新臺幣千元；%

科目 \ 年度	110	111	112	113	114
營業收入[A]	58,246,883	56,740,907	54,964,400	63,044,849	59,121,426
營業成本[B]	46,681,446	45,830,796	43,995,199	51,571,882	48,062,668
營業費用[C]	5,085,240	5,098,962	5,069,325	6,557,715	6,193,118
營業利益 [D=A-B-C]	6,480,197	5,811,149	5,899,876	4,915,252	4,865,640
營業外收入[E]	1,403,669	1,512,667	1,372,023	1,207,697	1,194,818
營業外費用[F]	186,165	193,073	189,592	310,459	267,300
營業外利益 [G=E-F]	1,217,504	1,319,594	1,182,431	897,238	927,518
稅前淨利	7,697,701	7,130,743	7,082,307	5,812,490	5,793,158

科目 \ 年度	110	111	112	113	114
[H=D+G]					
所得稅費用[I]	1,373,641	1,238,711	1,270,999	1,018,407	1,016,610
本期淨利 [J=H-I]	6,324,060	5,892,032	5,811,308	4,794,083	4,776,548
營業利益率 [D/A]	11.13	10.24	10.73	7.80	8.23
淨利率[J/A]	10.86	10.38	10.57	7.60	8.08

說明：1. 營業利益率為營業利益除以營業收入，淨利率為本期淨利除以營業收入。

2. 110 至 112 年度為決算數、113 及 114 年度為預算案數。

資料來源：各年度預、決算書。

(二)多項主要營運項目產銷數量低於 113 年度，其中菸品受法令及稅捐影響，致產銷量衰退較明顯

據臺灣菸酒公司資料，114 年度主要營運項目之生產(包裝)量及銷量，菸類主要產品除新樂園牌菸 114 年度生產量及銷量之環比均為 93.13%外，其餘產品環比皆未達 90%，其中馬爾斯牌菸及王牌牌菸環比分別為 74.86%及 78.32%均低於 80%(詳表 2)，主要係因政府推動減菸政策，實施菸害防制法及調漲菸捐稅等因素，衝擊菸品市場致產銷量衰退較明顯。

表 2 主要營運項目產銷數量概況表

產品	單位	生產(包裝量)				銷量			
		113 年度		114 年度		113 年度		114 年度	
		預算產量	環比%	預算產量	環比%	預算銷量	環比%	預算銷量	環比%
長壽牌菸	箱	117,809	96.02	100,500	85.31	117,809	95.30	100,500	85.31
馬爾斯牌菸	箱	73,341	111.53	54,901	74.86	73,341	107.96	54,901	74.86
新樂園牌菸	箱	42,596	85.71	39,670	93.13	42,596	80.12	39,670	93.13
尊爵牌菸	箱	286,065	100.15	242,195	84.66	286,065	98.39	242,195	84.66
王牌牌菸	箱	51,157	129.60	40,064	78.32	51,157	116.73	40,064	78.32
啤酒產品	公石	3,543,050	136.84	3,344,022	94.38	3,543,050	139.36	3,344,022	94.38
葡萄酒產品	公石	10,415	149.94	8,400	80.65	10,415	160.36	8,400	80.65
黃酒產	公	41,976	130.25	40,927	97.50	41,976	132.57	40,927	97.50

產品	單位	生產(包裝量)				銷量			
		113 年度		114 年度		113 年度		114 年度	
		預算產量	環比%	預算產量	環比%	預算銷量	環比%	預算銷量	環比%
品	石								
清酒產品	公石	11,313	143.19	9,280	82.03	11,313	129.97	9,280	82.03
威士忌酒產品	公石	9,135	103.03	9,838	107.70	9,135	122.48	9,838	107.70
高粱酒產品	公石	25,869	120.18	24,652	95.30	25,869	124.82	24,652	95.30
藥味酒產品	公石	28,002	131.06	22,842	81.57	28,002	138.09	22,842	81.57
米酒產品	公石	122,310	124.98	115,154	94.15	122,310	129.94	115,154	94.15
料理酒產品	公石	638,515	136.58	576,169	90.24	638,515	134.51	573,169	90.24

說明：環比係當年度除以上年度數量之比率。

資料來源：臺灣菸酒公司 114 年度預算書。

綜上，臺灣菸酒公司 114 年度預算案本期淨利較 113 年度預算案數為低，且營業利益率及淨利率均低於 110 至 112 年度決算，該公司近年配合通路需求及產品多元化，持續精進技術開發新產品，並拓展通路以增加營收，惟菸品受法令及稅捐影響，產銷數量衰退較明顯，允宜持續配合政府推動減菸政策，並積極轉型及提升營運效率，俾公司永續發展。

九、生技類等產品銷售額逐年減少，允宜妥慎規劃行銷策略，俾提升產品及品牌能見度，以增進多角化經營成效

臺灣菸酒公司 114 年度預算案編列生技及其他類產品之「銷售收入」26 億 8,466 萬元，較 113 年度預算案 28 億 8,466 萬元減編 2 億元。經查：

(一)生技及其他非酒類產品銷售額佔營業收入比重仍低，且近年多呈現衰退，允宜積極改善

該公司自 94 年度開發生技及其他非酒類產品，112 年度決算生技類及其他非酒類產品營收 13 億 4,012 萬 4 千元，僅占該

公司銷貨收入 561 億 8,444 萬 6 千元之 2.39%，營收貢獻尚低，顯示公司多角化經營成效有限。另由近年銷貨收入觀之，該金額連年衰退，由 109 年度之 22 億 3,551 萬 6 千元，減至 112 年度之 13 億 4,012 萬 4 千元（詳表 1），減幅達 40.05%；其中泡麵產品 112 年度營收 7 億 842 萬 8 千元，占生技及其他非酒類產品之 52.86%，雖仍係營收之主要貢獻來源，惟已呈現停滯，112 年度銷售金額僅較 111 年度微增 370 萬 1 千元、增幅 0.53%；而其次之食品類產品（香腸、豬腳、冰棒等），112 年度銷售金額 1 億 8,590 萬元，較 111 年度衰退 22.84%，至其餘產品亦皆呈現衰退，顯示該公司多角化經營之策略雖經多年努力，仍有改善空間。

表 1 109 至 114 年度臺灣菸酒公司產品多角化銷售概況表

單位：新臺幣千元

項目	109 年度	110 年度	111 年度	112 年度	113 年度	113 年 7 月底止	114 年度
1. 其他類產品	1,908,968	1,839,923	1,469,150	1,116,951	2,262,260	655,617	2,062,260
a. 泡麵類	843,478	764,825	704,727	708,428	1,258,208	428,763	1,337,690
b. 食品類 (香腸、豬腳、冰棒等)	180,848	190,824	240,943	185,900	316,557	118,496	348,899
c. 飲品類	102,359	49,636	78,448	68,754	127,202	39,587	115,690
d. 糕餅類	105,371	109,271	105,765	73,272	168,626	45,405	124,853
e. 其他	676,912	725,367	339,267	80,597	391,667	23,366	135,128
2. 生技類產品	326,548	320,700	278,446	223,173	622,400	119,984	622,400
合計	2,235,516	2,160,623	1,747,596	1,340,124	2,884,660	775,601	2,684,660

說明：109 至 112 年度為決算數，113 及 114 年度為預算案數。

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

(二)非酒類產品種類眾多，允宜規劃有效策略並積極行銷，以提高多角化經營績效

112 年度臺灣菸酒公司多角化產品大約 525 項，較 109 年度之 376 項商品大幅增加，惟營收卻反向衰退，顯示缺乏明星商品，允宜思考產品策略。據該公司表示，113 年度精簡產品線，產品數已減至 272 項，嗣後行銷資源集中於重點商品上，並以品牌聯名、共同開發鮮食類產品以提高品牌曝光度，其中泡麵系列產品受消費者青睞，故積極開拓新興及網路通路，以提升商品能見度，而美妝保養產品則拓展電商龍頭之購物，主推高單價商品，另清潔產品則上架地區型連鎖超市，以提升品牌曝光度。允宜研析各類商品營收衰退原因，妥謀有效策略並積極行銷，以增加多角化經營績效。

綜上，該公司開發生技及非酒類產品項目雖多，惟 112 年度銷售收入占公司整體營收僅 2.39%，比重尚微，其中泡麵產品占整體生技及非酒類產品銷售額約 5 成，為主力商品，惟 112 年度銷售收入僅較 111 年度微幅增加 0.53%，其餘生技及非酒類產品 112 年度營業收入皆較 111 年度衰退，未能有效挹注公司營收。允宜妥謀善策並積極拓展銷售通路，以提升產品及品牌能見度，俾增裕公司營收。

參、生產成本

一〇、114 年度主要酒類產品單位成本多高於 113 年度，且近年部分產品單位成本率呈上升趨勢，允宜妥謀善策以有效控管成本

臺灣菸酒公司 114 年度預算案主要酒類產品預計生產 415 萬 1,284 公石，較 113 年度 443 萬 585 公石減少 27 萬 9,301 公石(減幅 6.3%)；預計生產成本 118 億 9,450 萬 3 千元，較 113 年度 123 億 4,115 萬 3 千元減少 4 億 4,665 萬元(減幅 3.62%)。經查：

(一)114 年度酒類產品預計生產數量與成本

臺灣菸酒公司 114 年度酒類主要產品計有啤酒等 9 項，預估產量為 415 萬 1,284 公石，以啤酒 334 萬 4,022 公石最多，其次為料理酒 57 萬 6,169 公石及米酒 11 萬 5,154 公石；就單位生產成本分析，以高粱酒每公石 2 萬 9,535.59 元最高，其次為威士忌酒每公石 2 萬 8,161.65 元、葡萄酒每公石 1 萬 4,572.42 元及藥味酒 1 萬 3,341.95 元，其餘 5 項酒類產品每公石單位成本介於 2,278.26 元至 1 萬 127.65 元間(詳表 1)。

表 1 臺灣菸酒公司 114 年度酒類產品生產成本統計表

產品名稱	產量(公石)	單位成本(新臺幣元)	生產總值(新臺幣千元)
啤酒	3,344,022	2,278.26	7,618,537
葡萄酒	8,400	14,572.42	122,408
黃酒	40,927	10,127.65	414,494
清酒	9,280	9,565.41	88,767
威士忌酒	9,838	28,161.65	277,054
高粱酒	24,652	29,535.59	728,111
藥味酒	22,842	13,341.95	304,757
米酒	115,154	6,689.97	770,377
料理酒	576,169	2,724.89	1,569,998
合計	4,151,284	-	11,894,503

資料來源：臺灣菸酒公司 114 年度預算案。

(二)114 年度多數酒類產品預計單位生產成本較 113 年度增加，且單位成本增幅高於單位售價增幅

1. 多數酒類產品 114 年度單位成本高於 113 年度：比較 110 至 114 年度臺灣菸酒公司主要酒類產品單位售價與成本，114 年度 9 種主要酒類產品，除葡萄酒及威士忌酒外，其餘酒產品預計單位生產成本均較 113 年度增加，並以料理酒增幅 6.86% 為最高，其次為高粱酒 5.61%(詳表 2)。
2. 110 至 112 年度部分產品單位成本率呈上升趨勢：主要酒類產品單位成本占單位售價之單位成本率自 110 至 112 年度呈上升趨勢者為啤酒、黃酒、威士忌酒、高粱酒、米酒及料理酒，其中以料理酒之單位成本率為最高，112 年度達 65.89%，至

銷售量最大之啤酒，單位成本率亦由 29.04% 增至 31.6%。

表 2 110 至 114 年度臺灣菸酒公司酒類產品單位售價與成本比較表

單位：新臺幣元；%

產品	年度	110	111	112	113	114	增減比率
	項目						
啤酒	單位售價	6,393.84	6,417.29	6,499.96	6,405.11	6,512.80	1.68
	單位成本	1,856.94	2,002.55	2,054.18	2,227.22	2,278.26	2.29
	成本率	29.04	31.21	31.60	34.77	34.98	-
葡萄酒	單位售價	27,685.15	28,079.62	31,007.49	28,152.86	31,698.21	12.59
	單位成本	13,327.21	14,165.01	12,978.63	14,905.11	14,572.42	-2.23
	成本率	48.14	50.45	41.86	52.94	45.97	-
黃酒	單位售價	20,899.85	21,007.33	21,386.82	20,781.71	21,101.04	1.54
	單位成本	8,548.60	8,671.41	8,973.63	9,947.69	10,127.65	1.81
	成本率	40.90	41.28	41.96	47.87	48.00	-
清酒	單位售價	23,083.98	24,078.22	24,466.04	23,948.29	27,877.48	16.41
	單位成本	8,766.44	8,814.84	8,660.20	9,469.94	9,565.41	1.01
	成本率	37.98	36.61	35.40	39.54	34.31	-
威士忌酒	單位售價	71,111.49	72,900.85	74,797.24	74,025.07	68,370.10	-7.64
	單位成本	25,281.07	25,007.08	27,089.92	29,904.61	28,161.65	-5.83
	成本率	35.55	34.30	36.22	40.40	41.19	-
高粱酒	單位售價	48,681.98	48,375.64	51,377.18	51,091.73	51,057.16	-0.07
	單位成本	20,245.49	21,507.14	26,368.80	27,966.41	29,535.59	5.61
	成本率	41.59	44.46	51.32	54.74	57.85	-
藥味酒	單位售價	27,198.74	27,342.13	28,295.75	26,592.74	30,696.22	15.43
	單位成本	11,055.52	11,287.38	11,001.02	12,916.73	13,341.95	3.29
	成本率	40.65	41.28	38.88	48.57	43.46	-
米酒	單位售價	13,576.56	13,800.39	13,962.06	13,753.43	14,496.56	5.40
	單位成本	5,553.64	5,806.87	5,938.52	6,406.57	6,689.97	4.42
	成本率	40.91	42.08	42.53	46.58	46.15	-
料理酒	單位售價	3,535.35	3,566.83	3,580.73	3,548.32	3,707.65	4.49
	單位成本	2,294.82	2,305.85	2,359.44	2,549.88	2,724.89	6.86
	成本率	64.91	64.65	65.89	71.86	73.49	-

說明：1. 110 至 112 年度為決算數、113 及 114 年度為預算案數。

2. 「成本率」為單位成本占單位售價比率。

3. 「增減比率」係 114 年度較 113 年度增減比率。

資料來源：臺灣菸酒公司預算書 5 年來主要產品銷售量值明細表及生產成本明細表。

綜上，臺灣菸酒公司 114 年度主要酒類產品共 9 項，預計生產成本達 118 億 9,450 萬 3 千元，惟多數主要酒類產品 114 年度

單位成本高於 113 年度，且 110 至 112 年度部分產品單位成本率呈上升趨勢，允宜妥謀善策以有效控管成本。

肆、固定資產建設改良擴充

十一、「南投酒廠觀光酒廠風華再現改造計畫」金額增加逾 3 億元，計畫期程亦延後 3 年，允宜妥慎管控執行進度，俾如期如質完成

臺灣菸酒公司 114 年度預算案於固定資產建設改良擴充之專案計畫下編列繼續計畫經費 6,000 萬元，用以辦理「南投酒廠觀光酒廠風華再現改造計畫」⁹。經查：

(一)「南投酒廠觀光酒廠風華再現改造計畫」預計擴增威士忌 2 倍產能並拓展地方觀光

臺灣威士忌之製造目前僅有金車噶瑪蘭(KAVALAN)與臺灣菸酒公司南投酒廠之 OMAR 麥芽威士忌 2 家威士忌酒廠，由於我國位處熱帶氣候區，生產之威士忌極具獨特風味，且近年上述 2 家威士忌產品亦榮獲多項國際性大獎，隨著市場需求量之增加及拓展外銷市場，爰有擴大威士忌產能之必要；另為拓展在地觀光，臺灣菸酒公司亦結合地方政府觀光產業之發展，建構獨特之產業觀光園區。

「南投酒廠觀光酒廠風華再現改造計畫」旨在打造 OMAR 威士忌城堡主題觀光酒廠體驗園區，建構成中部地區指標性之優良觀光酒廠，並因應未來 5 年威士忌市場需求，擴增 2 倍產能之新蒸餾工場，以提高營收。

⁹ 南投酒廠於 102 年首推出臺灣風土特色風格的 OMAR 單一麥芽威士忌，自 103 年起參加國際威士忌烈酒競賽獲取多面獎項，鑒於南投酒廠單一麥芽威士忌已逐步建立國際知名度，臺灣菸酒公司為因應未來威士忌整體市場的旺盛需求，利用酒廠現有閒置空地規劃籌建產能，擴增新蒸餾工場及酒庫；另為促進遊客來廠體驗釀酒文化，規劃打造酒廠景觀，將威士忌生產工場、威士忌酒窖等區域予以整體規劃，開放該區域以親近消費者，並塑造 OMAR 威士忌品牌形象。

(二)計畫期程由 110 年度延後至 114 年度，計畫金額亦由 10.62 億元增為 13.62 億元，允宜積極辦理，俾計畫如期如質完成

1. 「南投酒廠觀光酒廠風華再現改造計畫」前經財政部 107 年 6 月 4 日同意辦理，計畫期程自 108 至 110 年度，計畫金額為 10 億 6,190 萬元，而其所辦之工程項目中，108 年 10 月間雖完成「包裝工場及物料成品倉庫新建工程案」之發包，惟「南投酒廠風華再現專案計畫-建築新建工程」及「南投酒廠風華再現專案計畫-機電新建工程」等案，均多次流標；嗣因 COVID-19 疫情、營造產業缺工及建材上漲等因素，爰於 110 年 10 月 13 日辦理第 1 次修正，計畫期程由 110 年度延後至 113 年度，計畫經費則增為 11 億 5,229 萬元(增幅 8.53%)；上述計畫變更後，復因營建費用及建材原物料成本持續上漲，且工程中尚有規劃設計階段不可預期之隱蔽工項、配合分期分區施工項目或實際生產所需之設備，遂於 112 年 7 月 31 日再辦理第 2 次修正，計畫經費修正為 13 億 6,229 萬元(增幅 18.22%)，計畫期程則再延長至 114 年度。

2. 本案由於工程期程未能有效掌握，致期程 2 度延後，由原 108 至 110 年度延後至 114 年度，計畫經費亦由 10 億 6,169 萬元增至 13 億 6,229 萬元，增幅達 28.31%，內部報酬率則由原 19.01%降為 8.33%，而投資收回年限亦由原 6.13 年延長至 12.73 年(詳表 1)。鑒於該計畫訂有發展在地觀光及擴增產能之目標，經費增加及期程延後恐對發展地方觀光及擴大國產威士忌產品爭取國際商機造成不利影響，允宜積極辦理。

表 1 「南投酒廠觀光酒廠風華再現改造計畫」歷次修正情形

單位：新臺幣千元；%；年

核定與修正	核定年月	投資總額	預計期程	預計現值報酬率	投資收回年限
原計畫	107/06/04	1,061,690	108-110	19.01	6.13

核定與修正	核定年月	投資總額	預計期程	預計現值報酬率	投資收回年限
第 1 次修正	110/10/13	1,152,290	108-113	9.64	10.44
第 2 次修正	112/07/31	1,362,290	108-114	8.33	12.73

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

綜上，「南投酒廠觀光酒廠風華再現改造計畫」自 108 年度推動以來，因工程多次流標、COVID-19 疫情及營建成本上漲等因素，致 2 度修正計畫將期程延至 114 年度，計畫經費亦增加逾 3 億元，為免執行進度一再落後，允宜加強管控並積極辦理，俾計畫如期如質完成。

一二、「一般建築及設備-機械及設備」之分年性項目 114 年度預算較 113 年度增編逾 1 成，惟部分啤酒廠之包裝線機械使用效率未及 9 成，允宜研謀有效措施以提升設備運用成效

臺灣菸酒公司 114 年度預算案「一般建築及設備計畫-機械及設備」之分年性項目編列 5 億 9,369 萬 5 千元，較 113 年度預算案 5 億 3,278 萬 7 千元增幅 11.43%，其中新增項目 6,902 萬元，餘為賡續執行之 7 項設備汰換建置費 5 億 2,467 萬 5 千元。經查：

(一)114 年度「一般建築及設備-機械及設備」分年性項目，預計新增之投資總額逾 7 億元

該公司 114 年度預算案「一般建築及設備計畫-機械及設備」新增 15 項分年性項目之設備購置，投資總額共計 7 億 134 萬 2 千元，114 年度編列 6,902 萬元，餘 6 億 3,232 萬 2 千元列入以後年度預算(詳表 1)。茲就該公司提供機械及設備投資總額逾 1 億元之購置原因概述如次：

1. 汰換臺北菸廠捲菸機：預計 114 至 115 年度投資總額 1 億 3,989 萬元，配合包裝機更新而汰換捲菸機，以提升捲包機組之生產效率及穩定性，與降低材料損耗每天約 1 箱。

2. 增購豐原捲菸研發製造工廠多元高速菸彈成型機組：預計 114 至 115 年度投資總額 1 億 7,500 萬元，增購加熱菸生產線所需之高速菸彈成型機組，預計增加之效益淨額為 3,598 萬 9 千元。

3. 汰換桃園印刷廠輪轉機及電腦控制印刷系統：預計 114 至 115 年度投資總額 1 億 5,000 萬元，汰換八色柔版印刷機等老舊設備，預計節省設備維修及零件費用每年約 150 萬元，並可擴增產能約 2,162 萬元。

表 1 臺灣菸酒公司 114 年度「一般建築及設備計畫-機械及設備」新增分年性項目經費需求表

單位：新臺幣千元

項目名稱	期間	投資總額	分年預算數	
			114 年度	以後年度
1. 高雄營業處旗山營業所太陽光電建置	114-115	4,842	968	3,874
2. 南投酒廠箍桶機	114-115	4,000	200	3,800
3. 台北啤酒工場包裝設備裝酒機10,000小時更新	114-115	4,822	300	4,522
4. 台北啤酒工場包裝設備貼標機10,000小時更新	114-115	2,272	200	2,072
5. 烏日啤酒廠R5 冷凍機系統汰換	114-115	49,500	500	49,000
6. 善化啤酒廠罐二線裝酒捲封機12,000小時更新	114-115	12,000	2,000	10,000
7. 竹南啤酒廠變電站氣體斷路器汰換	114-116	9,478	3,825	5,653
8. 竹南啤酒廠變電站高壓電容器、電抗器汰換更新	114-116	13,872	6,324	7,548
9. 竹南啤酒廠變電站模鑄變壓器TR汰換更新	114-115	17,171	8,203	8,968
10. 臺北菸廠捲菸機1套汰換	114-115	103,989	100	103,889
11. 臺北菸廠菸絲及骨絲膨脹乾燥機1套汰換	114-115	99,586	100	99,486
12. 臺北菸廠菸葉切絲機1套汰換	114-115	38,810	100	38,710
13. 豐原捲菸研發製造工廠多元高速菸彈成型機組1套	114-115	175,000	100	174,900
14. 豐原捲菸研發製造工廠自動裝箱機組1套	114-115	16,000	100	15,900
15. 桃園印刷廠輪轉機及電腦控制印刷系統汰換	114-115	150,000	46,000	104,000
合計		701,342	69,020	632,322

資料來源：臺灣菸酒公司 114 年度預算案。

(二)112 年度啤酒廠包裝線多數機械使用效率未達 9 成，且部分包裝線機械使用效率下滑，允宜研謀提升

臺灣菸酒公司之啤酒廠共 13 個包裝線，就 108 至 112 年度各啤酒廠機械使用效率觀之(詳表 2)，其使用效率互有增減，其中 112 年度僅臺北啤酒工場瓶 2 線使用效率 93.39% 超逾 9 成，惟仍較 111 年度 95.06% 減少，另 112 年度竹南啤酒廠瓶 1 線 70.79%、罐 4 線 76.88%，及烏日啤酒廠瓶 1 線 83.83%、瓶 2 線 70.27%、罐 2 線 84.37%、罐 3 線 86.18% 均較 111 年度為低，允宜研謀提升。

表 2 108 至 112 年度臺灣菸酒公司各啤酒廠包裝線機械使用效率一覽表

單位：%

廠別	包裝線	機械使用效率				
		108 年度	109 年度	110 年度	111 年度	112 年度
臺北啤酒工場	瓶 2 線	91.33	93.88	95.24	95.06	93.39
竹南啤酒廠	瓶 1 線	61.89	69.23	75.76	76.46	70.49
	瓶 2 線	65.19	57.91	70.21	66.90	67.11
	罐 3 線	77.10	77.75	78.63	73.17	74.88
	罐 4 線	71.57	77.15	81.13	78.74	76.88
烏日啤酒廠	瓶 1 線	86.53	90.52	88.36	88.72	83.83
	瓶 2 線	74.83	75.72	75.30	72.73	70.27
	罐 2 線	78.70	76.16	85.00	86.62	84.37
	罐 3 線	85.67	90.52	93.21	93.05	86.18
善化啤酒廠	瓶 1 線	67.70	71.61	70.76	75.88	77.09
	瓶 2 線	70.87	67.62	69.92	75.58	79.06
	罐 1 線	71.85	76.78	70.52	64.36	66.53
	罐 2 線	72.42	77.75	68.50	64.84	73.81

說明：機械使用效率=機器實際產能/機器正常產能，機器正常產能為開工日扣除保養及停工期間應有之產能。

資料來源：臺灣菸酒公司提供。

綜上，臺灣菸酒公司 114 年度預算案「一般建築及設備計畫-機械及設備」之分年性項目編列 5 億 9,369 萬 5 千元，其中新增項目 6,902 萬元，鑒於 112 年度部分啤酒廠包裝線機械及設備運用效率較 111 年度低，且多未達 9 成，允宜研謀有效措施提升設備運用成效。

(分機：1913 許福添、1921 林佑樺)